

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

CARRERA DE NUTRICIÓN

*Tesis para optar por el grado académico de
Licenciatura en Nutrición*

**INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES,
SITIOS WEB Y APLICACIONES MÓVILES,
EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y
ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JÓVENES Y
ADULTOS ENTRE LAS EDADES DE 18 A 50
AÑOS, RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE
SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2018**

ANA CASTILLO GÓMEZ

2018

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	2
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
SUMMARY	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1.1 Antecedentes del problema	11
1.1.2 Delimitación del problema	15
1.1.3 Justificación	15
1.2 REDACCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL: PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES	17
1.4.1. Alcances de la investigación	17
1.4.2. Limitaciones de la investigación	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL	19
2.1.1. Hábitos alimenticios	19
2.1.2 Actividad física	21

2.1.3 Redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles	23
2.1.4 Influencia de redes sociales, hábitos alimenticios y actividad física	25
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	28
3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	29
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
3.3 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO	29
3.3.1 Población	29
3.3.2 Muestra.....	30
3.3.3 Criterios de inclusión y exclusión	30
3.4 INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN	31
3.4.1 Validez del cuestionario	31
3.4.2 Confiabilidad del cuestionario	32
3.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	33
3.7 PLAN PILOTO.....	47
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	49
4. RESULTADOS	50
4.1. RESULTADOS UNIVARIADOS	50
4.1.1 Características sociodemográficas	50
4.1.2 Uso de redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles.....	52
4.1.3 Hábitos alimentarios.....	59
4.1.4 Actividad física	64

4.2 RESULTADOS BIVARIADOS	68
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	76
5.1 Discusión de los resultados	77
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
6.1 Conclusiones	91
6.2 Recomendaciones	92
BIBLIOGRAFÍA	93
GLOSARIO Y ABREVIATURAS	101
ANEXOS	103
Anexo N° 1. Declaración Jurada	104
Anexo N° 2. Carta de Aprobación de Tutor	105
Anexo N° 3. Carta de Aprobación de Lector	106
Anexo N° 4. Carta de Aprobación de Filólogo	107
Anexo N° 5. Carta de Aprobación de Lugar de Investigación	108
Anexo N° 6 Consentimiento Informado	109
Anexo N° 7. Carta de Autorización de publicación CENIT	112
Anexo N° 8. Resultados de plan piloto	114
Anexo N° 9. Instrumento	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Criterios de inclusión y exclusión.....	30
Tabla N° 2 Operacionalización de las variables	33
Tabla N.° 3 Características sociodemográficas de los trabajadores de Grupo Trisan y Laquinsa	51
Tabla N ° 4 Uso de redes sociales, sitios web o aplicaciones sobre salud, alimentación o fitness	54
Tabla N.° 5 Líderes, aplicaciones o páginas web más famosas entre las personas entrevistadas .	55
Tabla N.° 6 Aplicaciones sobre salud, alimentación o fitness más populares entre las personas entrevistadas	56
Tabla N.° 8 Personas que estarían dispuestas a pagar para que un programa sea promovido a través de redes sociales	59
Tabla N.° 9 Hábitos sobre el consumo de sal, alcohol y azúcar en las personas entrevistadas	61
Tabla N.° 10 Frecuencia de consumo de por grupo de alimentos en las personas entrevistadas .	62
Tabla N. ° 11 Distribución de la muestra de acuerdo a la frecuencia en que practican actividad física y su tiempo de duración	66
Tabla N.° 12 Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona se ha sentido influenciado o motivado a realizar ejercicio o actividad física	69
Tabla N.° 13 Relación entre el acceso a redes sociales y los tiempos de comida	69
Tabla N.° 14 Relación entre el acceso a redes sociales y la cantidad de vasos de agua diarios....	70
Tabla N.° 15 Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona ha realizado dieta en algún momento	71

Tabla N.º 16 Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona ha dejado de comer algún alimento debido a la influencia de las redes sociales	71
Tabla N.º 17 Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona realiza actividad física	73
Tabla N.º 18 Relación entre el acceso a redes sociales y el tiempo que dedica la persona a realizar actividad física	74
Tabla N.º 19 Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona se ha sentido influenciado o motivado a realizar ejercicio o actividad física	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Distribución por sexo de los entrevistados	51
Figura N° 2 Redes sociales más utilizadas por los entrevistados.....	53
Figura N° 3 Frecuencia del uso de redes sociales por parte de los entrevistados.	53
Figura N° 4 Frecuencia del uso de redes sociales en busca de información sobre alimentación y actividad física.....	55
Figura N° 5 Percepción del cambio en los hábitos alimenticios y actividad física debido al uso de las redes sociales, sitios web o aplicaciones sobre salud, alimentación o fitness en la muestra...	58
Figura N° 6 Distribución por tiempos de comida al día de las personas entrevistadas.	60
Figura N° 7 Distribución por la cantidad de vasos de agua al día	60
Figura N° 8 Distribución de la muestra que han realizado dieta	61
Figura N° 9 Distribución de la muestra que ha dejado de consumir algún alimento por influencia de las redes sociales o sitios web	63
Figura N° 10 Evaluación personal de los hábitos alimentarios de las personas entrevistadas.....	64
Figura N° 11 Distribución de la muestra de acuerdo a si realiza actividad física	64
Figura N° 12 Actividad física o deporte más frecuente en las personas entrevistadas	65
Figura N° 13 Principal motivo para hacer actividad física.....	66
Figura N° 14 Distribución de la muestra que se ha visto motivado o influenciado por las redes sociales, sitios web o aplicaciones para realizar actividad física.	67
Figura N° 15 Relación de frecuencia de uso de las redes sociales con la distribución de la muestra que considera que se ha visto motivado o influenciado por las redes sociales, sitios web o aplicaciones para realizar actividad física.	72

RESUMEN

Introducción: Internet se ha convertido en una herramienta para la transmisión del conocimiento en salud, estilo de vida, alimentación, entre otros.

Objetivo: Determinar la influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y la actividad en los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 50 años, residentes de la provincia de San José, Costa Rica, 2018.

Materiales y Métodos: Investigación cuantitativa, descriptiva, correlacional. Población de 100 jóvenes y adultos entre 18 a 50 años, trabajadores de la empresa grupo Trisan y Laquinsa. Se estudiaron las siguientes variables: características sociodemográficas, hábitos alimentarios, frecuencia de consumo, preferencias alimentarias, frecuencia de uso de redes sociales y sitios web, tipo de red social y aplicación móvil, tipo de contenido, actividad física. Técnica e Instrumento: Cuestionario escrito sobre el uso de la red social, aplicaciones móviles y el comportamiento alimentario y práctica de actividad física.

Resultados: El 90% de los encuestados seguía cuentas relacionadas con la alimentación/nutrición o *fitness*. Facebook e Instagram fueron las más utilizadas con este fin. Exponían que les gusta el contenido de la cuenta o red, les interesa comer mejor y realizar los ejercicios que exponen, una gran mayoría ha aplicado cambios en su alimentación o actividad física de acuerdo con la información que consultan, representando un 68%.

Conclusión: De acuerdo con el análisis de campo realizado, es posible afirmar que los medios digitales de comunicación masiva han logrado influenciar a las personas positivamente y tener cercanía con la sociedad, despertando el interés en la nutrición, generando un impacto importante en los hábitos alimentarios y en la actividad física de los jóvenes y adultos, modificando la manera en que se consigue la información necesaria para tener un estilo de vida saludable.

Palabras Claves: Redes sociales, sitios web, hábitos alimentarios, comportamientos, jóvenes

SUMMARY

Introduction: Internet has become a tool for the transmission of knowledge in health, lifestyle, nutrition, among others.

Objective: To determine the influence of social networks, websites and mobile applications on eating habits and activity among young people and adults between the ages of 18 and 50 years, residents of the province of San José, Costa Rica, 2018.

Materials and Methods: Quantitative research, descriptive correlational. Population of 100 young people and adults between 18 to 50 years old, workers of the Trisan and Laquinsa companies. The following variables were studied: sociodemographic characteristics, eating habits, frequency of consumption, food preferences, frequency of use of social networks and websites, type of social network and mobile application, type of content, physical activity. Technique and Instrument: Written questionnaire about the use of the social network, mobile applications and eating behavior and physical activity practice.

Results: 90% of respondents followed accounts related to food / nutrition or fitness. Facebook and Instagram were the most used for this purpose. Where they stated that they like the content of the account or network, they were interested in eating better and perform the exercises that they exposed, where a great majority applied changes in their diet or physical activity according to the information they consult representing (68%) .

Conclusion: According to the field analysis carried out, it is possible to affirm that the digital media of mass communication have managed to influence people and have closeness to society, awakening interest in nutrition, generating a significant impact on food habits and activity physics of young people and adults, modifying the way in which the necessary information is obtained to have a healthy lifestyle.

Keywords: Social Networks, Websites, Eating habits, behaviors, Young.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del problema

En los últimos años se ha producido una revolución tecnológica que tiene sus orígenes en 1969, con la creación de internet por parte del Departamento de Defensa de Estados Unidos, que ha promovido el desarrollo y la masificación de nuevos aparatos tecnológicos, como computadores personales, teléfonos inteligentes y tabletas, generando un intercambio global y expedito que plantea una modificación de los paradigmas de la comunicación (Días, 2015).

Hoy en día los jóvenes y adultos pasan la mayor parte de su tiempo navegando en internet, buscando información de temas de interés común, lo que ha convertido a las redes sociales en uno de los métodos de intercambio de información más comunes, por lo que las redes sociales generan gran influencia en ellos (Arab & Díaz, 2014).

Según los datos facilitados por la encuesta de empleo y subempleo realizada el año 2013 en Costa Rica, del uso de internet afirma que el 64,3% de la población utilizan una vez al día este medio, además, entre los grupos etarios abordados, las edades de 17 y 40 años, comprenden el 62,8% de personas con teléfono celular que mantiene activo el servicio de internet, estos datos permiten asimilar la realidad de uso de internet entre los jóvenes y adultos del país, los cuales forman parte de la gran población que usan y navegan al menos una vez al día en internet, sus fines podrían ser investigativos, entretenimiento, ocio, etc. (INEC, 2014).

La red social del individuo se comporta como una estructura dinámica que condiciona su comportamiento en varios aspectos de la vida. La red implica un tejido de relaciones a través de las cuales se transfieren recursos como información, ayuda y consejo, siendo necesario establecer

vínculos de confianza y de amistad de manera que permita influenciar en las decisiones que podrían tomar o no las personas que tienen acceso a estos sitios (Ramos & Marques, 2015).

Así mismo, los aparatos tecnológicos tienen acceso a una amplia gama de aplicaciones que brindan información acerca de salud, estilo de vida, alimentación, entre otros aspectos. Considerando la velocidad con la que la información se actualiza en el campo de la salud y las continuas investigaciones, se debe notar que la información que se divulga a través de varios medios sociales no siempre serán fuentes confiables de información, por lo cual, las elecciones y decisiones alimentarias de los jóvenes y adultos se ven nutricionalmente inestables, lo que podría ocasionar cambios en los hábitos alimentarios de esta población (Rial, Gómez & Varela, 2014).

La adicción al uso de las redes sociales crea una gran influencia, ya que se ha evidenciado que en innumerables ocasiones llegan a modificar sus hábitos y formas de vida (Córdoba, 2015), aunque no sea de manera explícita, a través de internet se recibe patrones de comportamiento, conductas por seguir y recomendaciones que en ocasiones pueden ser positivos o poco saludables, acerca de la dieta y las conductas de alimentación (Samaro & Orozco, 2013).

Además, en la actualidad muchos de los hábitos alimentarios de los jóvenes y adultos están vinculados al tipo de información que encuentran en las redes sociales, donde se puede encontrar información de todo tipo, cuerpos perfectos, dietas milagrosas, exigentes rutinas *fitness*, recetas poco sanas, lujos. Todo eso y más circula a diario en el vasto mundo de las redes sociales. Muchas veces de la mano de *influencers* que gestionan contenidos de marcas y auspiciantes; y otras de usuarios "particulares" que gustan de compartir sus experiencias con sus seguidores, (Román & Quintana, 2014).

El problema es que, en esta era, todo relato que se muestra en un marco o personaje adecuado se torna creíble y en ese contexto, hoy muchas veces resulta más válida la palabra de un par, que la de un experto formado, que investiga y tiene experiencia en ese campo, así lo estudia la médica especialista en Nutrición Mónica Katz, después de que estudios recientes identifican que los consumidores no suelen ser críticos de ideas o productos y consejos dados en las redes: “En las redes hay gente desesperada o desencantada con el sistema de salud y por eso buscan por fuera de él y lamentablemente, en ese ámbito las redes proponen opciones brindadas por muchos *influencers* que son personas con problemas personales de salud, como ortorexia, ex obesos, vigorexia, etc., que aconsejan desde su experiencia patológica. Por lo que depende de ellos rechazar o aceptar la información expuesta”.

Al mismo tiempo, en el internet, aparte de los alimentos con baja calidad nutricional, se muestran gran variedad de mensajes sobre composición corporal, estándares estéticos e información sobre alimentación que tienen influencia negativa en los jóvenes, como omitir la ingesta de ciertos grupos de alimentos por la creencia o anhelo de emular figuras públicas (Ramos & Marques, 2015).

Por otra parte, en la sociedad industrial y en la época actual la publicidad viene desempeñando un papel decisivo en la disposición de compra de los productos alimentarios, en especial los productos elaborados. En otros apartados es importante comentar este factor en la toma de decisiones y en la configuración de las conductas alimentarias y vitales (Días, 2015).

Las grandes industrias alimentarias utilizan las redes sociales y sitios web como herramientas de comunicación y publicidad, lugar donde ofrecen nuevos productos alimenticios, en muchos casos sin importar su calidad o el impacto que tiene a corto, medio o largo plazo sobre la salud de los

jóvenes y adultos, esta publicidad puede llegar a introducirse de forma inevitable en los hábitos alimentarios de los jóvenes, creando preferencias y malas pautas de consumo (Perez, 2017).

Por ello muchas empresas recurren a las redes sociales con la finalidad de incrementar el posicionamiento de marca y utilizar técnicas de social media, relaciones públicas, *marketing* y publicidad que permita establecer interacción y relaciones cercanas con clientes (Rodríguez, 2015).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) menciona que la publicidad electrónica es otro factor que influencia la alimentación de los jóvenes y adultos, porque promueve el consumo de alimentos fuentes de azúcares simples, sal, grasas, además, los jóvenes no saben los ingredientes que contienen los alimentos publicados, por lo cual, desconocen las consecuencias del consumo de grasas saturadas, azúcares o ácidos grasos trans, que son perjudiciales para su salud ya que generan enfermedades como diabetes, hipertensión, sobrepeso, obesidad, problemas cardiovasculares, entre otros (Arab & Díaz, 2014).

El mundo del *marketing* establece modas y necesidades que afectan igualmente a los alimentos y al amplio mundo que rodea la ingesta alimentaria. Comer es un acto social y este escaparate está sujeto a influencias relacionadas con la autoestima, los afectos, la apariencia personal y social, la estética y la salud. En algunas ocasiones la publicidad y el *marketing* alimentario y *fitness* (acciones *marketing*-salud) posicionan la nutrición y actividad física en la órbita de la salud o el bienestar en un concepto erróneo (Troncoso & Amaya, 2016).

1.1.2 Delimitación del problema

La investigación se desarrolla con una población de 100 trabajadores de las empresas Grupo Trisan y Laquinsa, Para este estudio se toman en cuenta personas de uno y otro sexo, con un rango de edad que va de los 18 años hasta los 50 años. La muestra presenta un nivel de escolaridad variado, tales como primaria, secundaria, técnicos y universitarios. Esta población comprende un rango desde bajo hasta alto nivel socioeconómico. La investigación se desarrolla durante el periodo de setiembre 2018 a abril 2019, en la provincia de San José, Costa Rica.

1.1.3 Justificación

Según la OMS, el uso de redes sociales, sitios web y la aplicación móvil son factores que influyen la alimentación de los adolescentes y adultos el día de hoy (OMS, 2017).

La importancia de esta investigación radica en obtener información sobre el uso de redes sociales por parte de los jóvenes y adultos en estudio, se busca asimilar el tipo de información que ellos consiguen y cómo repercute sobre sus hábitos alimentarios y la actividad física. Esto permite obtener respuesta a las inquietudes de las redes sociales, sitios webs y la manera como estos se relacionan con las variables en estudio y el interés que prestan a este tipo de información.

Mediante esta investigación se busca beneficiar a varios actores: para empezar, será de beneficio de manera indirecta a la investigadora que deseo incrementar el conocimiento y de vincular sus estudios sobre nutrición al creciente uso del internet y redes sociales, en específico sobre la influencia que generan en los hábitos alimentarios de los jóvenes y adultos, ya que se ha visto que en la actualidad las redes sociales son un medio infaltable en la vida de esta población, los cuales destinan gran tiempo de uso a estos medios, además que la nueva tecnología establece un vínculo entre la manera de utilizar las redes sociales, sus hábitos alimentarios, actividad física y el acceso

económico factible para el cambio de estos, por lo cual al momento de obtener información sobre alimentación puede ser que no discernan entre lo bueno y malo de esta información, además de no conocer los efectos que pueden generar en su alimentación y salud (Arab & Díaz, 2014).

Además, personas en general interesadas en información específica sobre este grupo etario, debido a que, en estos tiempos se observa que el uso de la tecnología es parte diaria de las actividades de las personas y esta influye directamente en muchas de las decisiones que toman diariamente.

El poder determinar el grado de influencia de las redes sociales y sitios web va a permitir a los profesionales en el área de salud generar fuentes de información pertinentes sobre el contenido y la exposición que tienen los jóvenes y adultos a las redes sociales.

Finalmente, colabora a incrementar el conocimiento y datos que enriquezcan el repositorio que la universidad posee en la actualidad.

1.2 REDACCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL: PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN

¿De qué manera influyen las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y actividad física en los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 50 años, residentes de la provincia de San José, Costa Rica, 2018?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y la actividad en los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 50 años, residentes de la provincia de San José, Costa Rica, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir el perfil sociodemográfico de los jóvenes y adultos incluidos en la investigación.
- Establecer las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles de mayor uso en la búsqueda de información nutricional en la muestra de estudio.
- Determinar los hábitos alimenticios de la muestra poblacional escogida.
- Determinar la práctica de actividad física de la población en estudio.
- Relacionar la influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios de los jóvenes y adultos de 18 a 50 años residentes de San José.
- Relacionar la influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en la actividad física de los jóvenes y adultos de 18 a 50 años residentes de San José.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1. Alcances de la investigación

La presente investigación no presentó hallazgos no esperados.

1.4.2. Limitaciones de la investigación

Dentro de las limitaciones encontradas durante la investigación, la principal es la disponibilidad de los trabajadores, ya que la población de una de las empresas con las que se contaba era de 55 personas; sin embargo, después de la citación algunos no pudieron llenar la encuesta debido al tiempo medido que tenían en el área de producción, por ello la población se redujo a 35 personas en esta empresa.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL

En este apartado se desarrollan diferentes conceptos de la investigación, con el objetivo de que se conozcan a profundidad temas relacionados con las variables que se estudian y que se puedan asociar de cierta forma a los resultados obtenidos en el estudio.

2.1.1. Hábitos alimenticios

Un hábito significa costumbre, es decir, comportamiento repetitivo o habitual. Los hábitos alimentarios son las tendencias a elegir y consumir unos determinados alimentos y no otros. Los hábitos no son innatos y se van formando a lo largo de la vida. La característica de los hábitos alimentarios es que la mayoría de ellos se adquieren durante la infancia, durante los primeros años de la vida, consolidándose después durante la adolescencia. Es decir, que la mayoría de los hábitos alimentarios del adulto son costumbres que se han formado muchos años antes (Frontera, 2007).

La dieta de los jóvenes y adultos plantea un importante reto, ya que puede suponer cambios importantes en su estilo de vida, además de los factores sociales, económicos, culturales y las preferencias alimentarias que configuran un nuevo patrón de alimentación que en muchos casos es mantenido a lo largo del tiempo (Serrano & García, 2013).

Un estudio elaborado por el Departamento de Ciencia de Nutrición de la OMS expone que hoy el entorno promueve cambios constantes en la alimentación. Los jóvenes y adultos consumen alimentos de forma recurrente fuera de su casa o si se encuentra en ella no dedican tiempo a su alimentación, lo cual puede crear un riesgo de seguir dietas desequilibradas (OMS, 2018).

Los patrones y las conductas de alimentación se ven afectados por muchos factores, que incluyen influencia de los amigos, modelos de los padres, disponibilidad de los alimentos, preferencias

alimenticias, costo, conveniencia, creencias personales y culturales, medios de comunicación masiva e imagen corporal. Estos se dividen en tres estratos de interacción de influencia en las conductas alimenticias: personales, macro sistémicas y ambientales.

Las necesidades nutricionales en los jóvenes y adultos son completamente variables debido a la diversidad en los tipos de actividad física que realicen y el estado nutricional (Frontera, 2007).

La necesidad de un nutriente es la expresión numérica de la cantidad que un individuo, en un momento determinado y bajo unas condiciones específicas, necesita para mantener un estado nutricional, de salud y de forma física adecuados. De esta forma, las necesidades nutricionales son primordialmente individuales, pueden variar a través del tiempo y en función del estado fisiológico o patológico en que se encuentre (Benarroch & Pérez, 2011).

Por otra parte, en la actualidad, al analizar la alimentación de la población, ya no basta considerar únicamente los alimentos, sino que se debe tener presente otras alternativas cuando los requerimientos de nutrientes son elevados, tales como los suplementos nutricionales o deportivos, los cuales muchas veces son utilizados como complementos dietéticos, sin mayor respaldo científico que justifique su uso. Estos productos, suelen estar acompañados de una propaganda comercial que los presenta como sustancias milagrosas que contribuyen a diversos objetivos para mantener la salud (Tafarel, 2015).

No hay duda de que una dieta adecuada contribuirá mejorar la salud de las personas y limitará el riesgo de enfermedades. Es esencial proporcionar adecuadamente la energía y nutrientes necesarios para estar saludable y rendir bien en todas las actividades (UNICEF, 2011).

2.1.2 Actividad física

La actividad física se considera esencial para el ser humano, está definida por la OMS como “cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía” (OMS, 2017).

Además, (Vicente, 2013) destaca que el ejercicio tiene como finalidad “producir un mejor funcionamiento del propio organismo” por medio de actividades voluntarias y repetitivas.

Saavedra enfatiza que las personas que se ejercitan sufren “menos alteraciones en la salud, visitan menos a los médicos, consumen menos cantidad de fármacos, enferman menos y viven más años” que los que no lo hacen (Marín, 2011).

El deporte, según (Vicente, 2013), es todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación organizada o de otro tipo, tenga por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones deportivas. Por tanto, para evitar cualquier factor de riesgo es recomendado realizar actividades físicas, ya que el sedentarismo trae malas consecuencias para la salud.

Se ha observado que la inactividad física es el cuarto factor de riesgo en lo que respecta a la mortalidad mundial (6% de las muertes registradas en todo el mundo). Además, se estima que la inactividad física es la causa principal de aproximadamente un 21% -25% de los cánceres de mama y de colon, el 27% de los casos de diabetes y aproximadamente el 30% de la carga de cardiopatía isquémica. Un nivel adecuado de actividad física regula: riesgo de hipertensión, cardiopatía coronaria, accidente cerebrovascular, diabetes, cáncer de mama y de colon, depresión y caídas; mejora la salud ósea y funcional, y es un determinante clave del gasto energético, y es por tanto fundamental para el equilibrio calórico y el control del peso (OMS, 2017).

Se ha estudiado que, para el grupo de edades de 18 a 64 años, la actividad física consiste en actividades recreativas o de ocio, desplazamientos (por ejemplo, paseos a pie o en bicicleta), actividades ocupacionales (es decir, trabajo), tareas domésticas, juegos, deportes o ejercicios programados en el contexto de las actividades diarias, familiares y comunitarias. Con el fin de mejorar las funciones cardiorrespiratorias y musculares y la salud ósea y de reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles y depresión, se recomienda que: – Acumular un mínimo de 150 minutos semanales de actividad física aeróbica moderada, o bien 75 minutos de actividad física aeróbica vigorosa cada semana, o bien una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas. – La actividad aeróbica se practica en sesiones de 10 minutos de duración, como mínimo. – Que, a fin de obtener aún mayores beneficios para la salud, los adultos de este grupo de edades aumenten hasta 300 minutos por semana la práctica de actividad física moderada aeróbica, o bien hasta 150 minutos semanales, 30 de actividad física intensa aeróbica, o una combinación equivalente de actividad moderada y vigorosa. – Dos veces o más por semana, realicen actividades de fortalecimiento de los grandes grupos musculares (S, Luna, & Navarro, 2018).

La meta en relación con la actividad física se centra en mantener un peso corporal saludable, la recomendación para los jóvenes y adultos es de un total de una hora diaria de ejercicio de intensidad moderada, lo cual está basado en cálculos del equilibrio energético y en un análisis de los numerosos trabajos publicados acerca de la relación entre el peso corporal y la actividad física (OMS/FAO, 2013).

El deporte es una opción magnífica, saludable y accesible. Está al alcance de todos y solo hay que tener la voluntad de hacerlo. Nos encontramos en un momento en el que el deporte está en auge. En la actualidad y como consecuencia del auge de las redes sociales y de los dispositivos móviles,

el deporte es más social que nunca. La práctica de cualquier disciplina deportiva se ha convertido en algo para compartir y difundir. La tecnología digital ha transformado radicalmente los estilos de vida de los consumidores, haciendo más fácil el desempeño laboral y social, pero dejando de lado el cuidado que se le debe dar a la salud (Jiménez, 2018).

2.1.3 Redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles

“Las redes sociales son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente”. Un espacio de intercambio de información, conocimientos, ideas, imágenes, intereses, preocupaciones, necesidades, entre otros, que permiten interactuar con otras personas de distintas partes del mundo. Puede decirse que las redes sociales nacieron en el año 1995, con el sitio web Classmates.com, creado por Randy Conrads.

La idea era que los usuarios pudieran mantener o recuperar el contacto con sus antiguos compañeros del colegio o universidad. En el año 2002 surgieron sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea, término utilizado para describir las relaciones en comunidades virtuales (S, Luna & Navarro, 2018).

En 2004 fue lanzado el sitio Facebook, originalmente creado para estudiantes de la Universidad de Harvard. Hoy en día, disponible para cualquier usuario. Es un espacio que permite publicar información personal y profesional, fotos, videos, chatear y formar grupos según intereses personales (Jiménez, 2018).

En 2005 se funda YouTube, un sitio para subir y ver videos, comentar en ellos y compartirlos. En el año 2006 se lanza Twitter. En 2010 se crea Instagram, una aplicación para compartir fotos, a las

que se le pueden aplicar distintos efectos fotográficos como filtros, marcos y colores retro. A su vez, se pueden compartir las fotos en otras redes sociales como Facebook y Twitter, (Jiménez, 2018).

Por el contrario, los sitios web son páginas virtuales en internet, basado en el conjunto de páginas web a las que se accede a partir del World Wide Web o WWW. Es importante tener en cuenta que en Internet se halla una gran variedad de tipos de sitios web, los cuales son diferentes y se encuentran según la clase de información que brindan o por el servicio que ofrecen a cualquier individuo que se halla navegando por la red (Padilla, 2015).

Las redes sociales han revolucionado nuestra forma de comunicarnos y mucho más. La publicidad actual da una gran importancia a la imagen, la cual ha cambiado su forma y se ha vuelto mucho más masiva. Las redes, por tanto, se han vuelto una amalgama de imágenes infinitas, donde el consumidor no presta atención debido a la gran cantidad de estas, lo que dificulta cada vez más llamar su atención. “La calidad se pierde en un mar de cantidad”, citó (Glogar, 2017), una frase dicha en una entrevista por el publicista Erik Kessels.

El pequeño universo de las aplicaciones crece a ritmo vertiginoso los *apps* triunfan y se consolidan, se ha ganado la atención de los usuarios, los servicios destinados a monitorizar la actividad deportiva han venido a completar el nuevo estilo de vida de las personas, de la misma manera, el ámbito de la salud también entra en las redes sociales, sitios y aplicaciones móviles. Estas son utilizadas con distintos fines, desde educación en salud a la población hasta el intercambio de conocimientos entre profesionales de la salud (Gold & Alisa Pedrana, 2011).

2.1.4 Influencia de redes sociales, hábitos alimenticios y actividad física

Estamos frente a una revolución en la forma como las personas buscan y encuentran información sobre temas de la salud. El uso de las nuevas tecnologías para acceder a información clínica y a materiales de formación sobre salud y bienestar se ha convertido en una necesidad para muchos ciudadanos y profesionales sanitarios de todo el mundo. De esta forma, internet es un instrumento fundamental en la “transmisión del conocimiento” en salud (Gold & Alisa Pedrana, 2011).

Vivimos en el siglo de las comunicaciones en el que “con el solo movimiento de una mano” podemos contactar con cualquier parte del mundo. Los medios de comunicación constituyen el “cuarto poder” que puede influir en los hábitos de vida de la población (Katz, Redes sociales y salud: cuando internet funciona como disparador de hábitos saludables, 2018).

La comunicación en salud a través de Internet, redes sociales y otros medios puede ser una herramienta útil para la transmisión de conocimientos, pero no está libre de dificultades: el mensaje puede no llegar al público por no utilizar los medios adecuados; la población puede recibir el mensaje pero no entenderlo por el uso de lenguaje técnico; las personas pueden recibir y comprender el mensaje, pero el nuevo conocimiento puede contradecir sus actitudes y creencias; y también pueden recibir la información y aceptarla, pero no llevarla a cabo por un tiempo suficiente o porque ven los resultados a muy largo plazo (Jiménez, 2018).

No es de sorprender, entonces, que el uso de Internet y las redes sociales, al facilitar tanta información, hoy en día sea considerado como uno de los principales medios de comunicación masivo y alternativo (Celeste, 2016).

La adicción al uso de las redes sociales crea una gran influencia en los jóvenes, ya que en innumerables ocasiones llegan a modificar sus hábitos y formas de vida (Córdoba, 2015),

Aunque no sea de manera explícita, a través de internet se recibe patrones de comportamiento, conductas por seguir y recomendaciones, que en ocasiones pueden ser poco saludables, acerca de la dieta y las conductas de alimentación (Orozco, 2013).

La población es cada vez es más consciente de lo importante de la dieta y el ejercicio para su salud. Debido a esto, ha aumentado considerablemente la preocupación por estos aspectos, y del mismo modo, han aumentado paulatinamente las figuras en las redes que pueden ayudar a mejorar la calidad de vida. Los *influencers* saludables o dietistas de Instagram aconsejan y enseñan a los usuarios mediante imágenes, vídeos o pequeños textos a cuidar su cuerpo (Buitrago, 2018).

Las cuentas de Instagram de estos *influencers* amantes de la comida sana nos muestran de forma diaria diferentes recetas, platos, alimentos y consejos para llevar una dieta más saludable. Sin embargo, la mayoría no se muestra, no sabemos quién está detrás. En la mayoría de los casos son dietistas, médicos o cocineros (Sánchez, 2016).

Otros estudios demuestran que la plataforma del internet proporciona a los jóvenes información de alimentos con aporte nutricional de calidad, pues quieren tener una apariencia saludable. Por esta razón, las redes sociales que ellos visitan son sobre educación nutricional, tips o consejos para tener un estilo de vida diferente, además presentan los alimentos que son altos en proteínas, carbohidratos y grasas, qué grasas son buenas o perjudiciales para su salud, suben videos de la forma más saludable de preparar los alimentos. Varios jóvenes y adultos conocen sobre una alimentación sana gracias a este tipo de información que encuentran en redes (Molina, 2014).

En la actualidad un gran segmento de la publicidad hace uso del deporte en sus estrategias de comunicación para la creación de sus mensajes a través de diferentes canales. Paralelamente, la actividad deportiva ha alcanzado un gran interés comercial gracias a la publicidad en redes sociales

y sitios web. En ocasiones, los contenidos de los mensajes se asocian a valores representativos del deporte en la sociedad actual, donde estudios muestran cómo las redes han creado mayor interés en la sociedad realizar actividades deportivas, siendo los jóvenes el elemento principal, generando en ellos una inclinación hacia una vida saludable y cómo las marcas deportivas aprovechan dicho auge en la actualidad buscando posicionarse en los jóvenes (Vicente, 2013).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación es cuantitativo, ya que se trabaja con datos cuantificables tales como el número de veces que consumen alimentos al día, y datos medibles como las preferencias de consumo de alimentos y bebidas. Se miden las variables y son analizadas estadísticamente.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo correlacional descriptivo, ya que permite describir la influencia entre el uso de las redes sociales y sitios web y aplicaciones móviles con los hábitos alimentarios y actividad física de los jóvenes y adultos.

3.3 UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO

3.3.1 Población

La población es de 250 jóvenes y adultos trabajadores de las empresas Grupo Trisan y Laquinsa, dos instituciones ubicadas en la provincia de San José, Costa Rica. Entre las empresas se encuentra Grupo Trisan S, A, ubicado en la Uruca. Este es un grupo corporativo privado de capital costarricense con una trayectoria de más de 55 años al servicio de la productividad nacional y regional. El grupo adquiere en 1992 una participación importante fabricante de productos para la salud animal y la protección de plantas, distribuyendo su mercado en Centro América, Caribe y gran parte de Sur América. La segunda institución que se incluye en la investigación es Laboratorios Químicos Industriales S.A., así mismo es una institución privada ubicada en Tibás, San José.

3.3.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra, teniendo como base los 250 trabajadores de las empresas Trisan y Laquisa, se desarrolló la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d} = \frac{250 (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{0,1} = 69,5 \sim 70$$

Sin embargo, para ampliar la muestra se aumenta la población a 100 personas en total.

n: tamaño de la muestra, N: tamaño de la población, Z: factor de confiabilidad, Q y P: 0,5

(constante), d: margen de error permisible 0,1

3.3.3 Criterios de inclusión y exclusión

Tabla N° 1
Criterios de inclusión y exclusión de la población en Grupo Trisan y Laquinsa San José, Costa Rica 2018.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Mujeres y hombres de 18 a 50 años	Personas que tengan limitaciones para realizar actividad física.
Personas que cuenten con acceso a internet o tecnología Android, iPhone.	Aquellas personas que no hayan realizado búsqueda de información nutricional o actividad física por medio de la ventana de internet.
Trabajadores de la empresa Trisan, Laquinsa,	Jóvenes y adultos que no sepan leer.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

3.4 INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

En la recolección de datos se empleó un cuestionario de 42 ítems, 17 preguntas poseen respuestas dicotómicas (dos opciones) y el resto politómicas de selección múltiple, cerradas o abiertas; las preguntas establecidas se obtuvieron con base en las variables del estudio. El primer segmento de preguntas fue realizado para conocer el perfil sociodemográfico de la población, seguido del uso de las redes sociales, su uso diario y semanal, además de los tipos de redes sociales más utilizadas basadas en la investigación. El siguiente grupo de preguntas fue asignado a la información de alimentación y sus hábitos, seguido por una frecuencia de consumo de ocho categorías que permitieron identificar los alimentos de mayor consumo y finalmente se abordan ocho preguntas sobre la práctica de actividad física y su relación con el uso de redes sociales.

3.4.1 Validez del cuestionario

Se utiliza cuestionarios de elaboración propia de manera unificada para descubrir información sociodemográfica, manejo de redes sociales, hábitos alimentarios, realización de actividad física, los cuales son validados en un plan piloto previo al desarrollo del trabajo de campo.

Cuestionarios de redes más utilizadas por los adolescentes con referencia al estudio del Royal Society for Public Health y al estudio realizado en América Latina.

El siguiente grupo de preguntas fue asignado a la información de alimentación, se toma en referencia cuestionarios de: Validación de un cuestionario de frecuencia de consumo alimentario corto: reproducibilidad y validez y la Encuesta de Nutrición de la Comunidad de Madrid (FEN, 2014). Válido según la Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud. Medicina Preventiva y Salud Pública, para determinar el consumo habitual alimentario, energético y nutricional de la población general. Esta frecuencia de consumo es más válida cuando lo que

pretende valorar es la ingesta habitual de grupos de alimentos en general (Rodríguez & Ballart, 2017).

La sección de actividad física fue basada en el cuestionario internacional de actividad física IPAQ y un estudio realizado por la Universidad de Guadalajara en 2017.

Se tabula y genera una base de datos con el programa Microsoft Excel 2016. Luego se vuelca a la base de datos en el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) y ANOVA.

3.4.2 Confiabilidad del cuestionario

Se comprueba la confiabilidad del instrumento en la población, con la aplicación del plan piloto.

3.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de esta investigación es no experimental de corte transversal, el cual permite analizar la relación de las diferentes variables planteadas dentro del proyecto en un tiempo determinado.

3.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla N° 2
Operacionalización de las variables

Objetivo Específico	VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
- Describir el perfil sociodemográfico de los jóvenes y adultos que son incluidos en la investigación.	Perfil sociodemográfico.	El perfil sociodemográfico se refiere a las características sociales generales de un grupo de la población determinado.	Se va a realizar un cuestionario dirigido a la población para evaluar el perfil sociodemográfico.	1. Edad 2. Sexo 3. Escolaridad 4. Lugar de residencia	De 18 a 28 años De 29 a 39 años De 40 a 50 Femenino Masculino Primaria Secundaria Técnico Universitario San José Heredia Cartago Puntarenas Alajuela Limón Guanacaste	Cuestionario

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				5. Su ingreso mensual ronda entre	a. Menos de ¢350,000 b. ¢350- ¢500,000 c. ¢501-¢1,000,000 d. Más de ¢1,000,000	
Determinar los hábitos alimentarios de la muestra poblacional escogida.	Hábitos alimentarios.	Los hábitos alimentarios son comportamientos conscientes, colectivos y repetitivos, que conducen a las personas a seleccionar, consumir y utilizar determinados alimentos o dietas, en respuesta a unas influencias sociales y culturales.	Se realiza un cuestionario sobre hábitos alimentarios donde se incluye una frecuencia de consumo.	6. ¿Cuántos tiempos de comida realiza al día normalmente? 7. ¿Consume agua diariamente? 8. ¿Cuántos vasos de agua toma al día? 9. ¿Cuál es su preferencia alimentaria?	De 1-2 De 3-4 De 5-6 Sí No -Menos de 3 vasos -De 3 a 6 vasos -Más de 6 vasos a) Carnes (pollo, carne de res, cerdo, pescado, atún, sardina) b) Frutas y verduras c) Cereales y tubérculos	Cuestionario Frecuencia de consumo

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>10. Marque con X los alimentos que consume con mayor frecuencia</p> <p>11. ¿Una vez los alimentos preparados, le agrega sal adicional?</p> <p>12. ¿Ha realizado algún tipo de dieta? Si su respuesta es sí, indicar cuál</p> <p>13. ¿Consume bebidas alcohólicas? almuerzo saludable y un</p> <p>14. ¿Consume Azúcar?</p>	<p>d) <i>Snacks</i>, jugos procesados o comida rápida</p> <p>Frituras</p> <p>Frutas</p> <p>Gaseosas</p> <p>Yogurt</p> <p>Sándwiches</p> <p>Galletas</p> <p>Repostería</p> <p>Sí</p> <p>No</p> <p>Sí</p> <p>No</p> <p>¿Cuál?</p> <p>¿Fuente?</p> <p>Sí</p> <p>No</p> <p>Sí</p> <p>No</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>15. ¿Qué tipo de grasa utiliza para cocinar?</p> <p>16. Los alimentos que consume son preparados en la casa o son comparados de supermercado, restaurante o soda?</p> <p>17. ¿Cómo evaluarías tus hábitos alimentarios?</p> <p>18. ¿Consume usted algún suplemento alimenticio? ¿Si su respuesta es sí indicar cuál?</p> <p>19. ¿Con que regularidad consume frutas y vegetales?</p>	<p>a. Aceite Girasol b. Aceite de Oliva c. Mantequilla o margarina d. Aceite de coco e. Otro</p> <p>Pregunta Abierta</p> <p>Excelentes Buenos Regulares Malos</p> <p>Sí No</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>20. ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso?</p> <p>21. Con qué frecuencia consume carnes (pollo, res, pescado, atún)</p> <p>22. Cada cuánto consume embutidos (jamón, salchichas, chorizo, salami, etc.)</p>	<p>c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana</p>	<p>Frecuencia de Consumo</p>

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>23. ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados?</p> <p>24. ¿Con qué frecuencia consume golosinas, bolsas de <i>snacks</i> o bollería industrial?</p> <p>25. Normalmente, ¿cuántos días a la semana acostumbra a comer fuera de casa?</p>	<p>e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Determinar la práctica de actividad física de la población en estudio.	Actividad física.	La actividad física es un concepto que abarca cualquier movimiento corporal realizado por músculos esqueléticos que provocan un gasto de energía, la cual se encuentra	Se realiza un cuestionario sobre el tipo de actividad física, donde se incluye la frecuencia o regularidad de dicha actividad.	<p>26. ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?</p> <p>27. ¿Actualmente realiza alguna actividad física o deporte de manera frecuente?</p> <p>28. ¿Qué actividad o deporte realiza?</p>	<p>a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana e) No consumo</p> <p>Sí No</p> <p>a) Fútbol b) Ciclismo c) Natación d) Paseo en bicicleta e) Gimnasio f) Aerobics g) Caminar h) Baile i) <i>Crossfit</i> j)Otros</p>	Cuestionario Frecuencia de actividad física

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
		<p>presente en todo lo que una persona hace durante las 24 horas del día, salvo dormir o reposar.</p>		<p>29. ¿Con qué frecuencia realiza dicha actividad?</p> <p>30. ¿Cuánto tiempo dedica al día para realizar actividad física?</p> <p>31. ¿Dónde realiza actividad física?</p> <p>32. ¿Cuál es el principal motivo por el cual hace ejercicio?</p>	<p>a) De 1 a 2 días por semana b) De 3 a 4 días por semana c) Más de 5 días a la semana</p> <p>a) Menos de una hora b) Una hora c) Más de una hora</p> <p>a) En casa b) Al aire libre c) En un gimnasio d) En un centro deportivo público</p> <p>a) Estar con amigos b) Para verse bien c) Tener buena salud d) Para relajarse e) Por moda f) Por indicación médica g) Otro</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Establecer las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles de mayor uso en la búsqueda de información nutricional en la muestra de estudio.	Redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles.	Herramientas <i>online</i> donde el usuario puede generar o gestionar contenidos (artículos, fotos, videos, enlaces, sonidos, etc.) para su propio uso y disfrute.	Se va a realizar un cuestionario dirigido a la población para evaluar cuáles son las herramientas <i>online</i> más utilizadas	33. ¿Utiliza usted redes sociales? 34. ¿Cuáles? (puede marcar más de una opción) 35. ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles?	Sí No Facebook Twitter Instagram Snapchat Youtube Otros a) Todos los días b) 1 vez a la semana c) 2 a 3 veces por semana d) 4 a 5 veces por semana	Cuestionario de uso de redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles
Relacionar la influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y actividad física de los jóvenes y adultos de 18 a 50 años residentes de San José.	Redes sociales vs hábitos alimentarios y actividad física.	Información que adquiere un usuario por vía electrónica, generando cambios en su estilo de vida.	Se va a realizar un cuestionario dirigido a la población para evaluar de qué manera están influyendo las redes sociales en los hábitos alimentarios de la población	36. ¿Tiene usted aplicaciones móviles (<i>apps</i>) relacionadas con salud, alimentación o <i>fitness</i> ? Si su respuesta es sí, indicar cuáles 37. ¿Sigue en esas redes alguna cuenta/perfil	Sí No ¿Cuáles? Sí No	Cuestionario de la influencia generada en los hábitos alimentarios y actividad física por las redes sociales

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>relacionado con la salud, alimentación o <i>fitness</i>?</p> <p>38. ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación y actividad física?</p> <p>39. ¿Con qué fin sigue esas cuentas o aplicaciones? (puede marcar más de una opción)</p>	<p>a) Siempre b) Frecuentemente c) A veces d) Nunca</p> <p>a. Porque le gusta su contenido b. Por su popularidad c. Seguir los consejos nutricionales d. Elaborar las recetas alimenticias que proponen e. Realizar los programas de ejercicio que exponen. f. Realizar ejercicio por tu propia voluntad.</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>40. ¿Sabe si la persona que dirige la cuenta es profesional de la salud/alimentación o <i>fitness</i>?</p> <p>41. ¿Le resulta importante/ necesario que la persona que dirige la cuenta sea profesional?</p>	<p>g. Por qué quiere bajar de peso.</p> <p>h. Le interesa comer mejor.</p> <p>i. Por qué presenta alguna patología.</p> <p>j. Los testimonios de los seguidores te han motivado a realizar cambios en tus hábitos de alimentación y ejercicio.</p> <p>k. Otros</p> <p>Sí No</p> <p>Sí No</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>42. ¿Sigue usted los consejos de estas cuentas o ha realizado cambios en su alimentación y actividad física planteados por estas aplicaciones?</p> <p>43. ¿Antes de poner en práctica alguno de los consejos planteados en la red, aplicaciones móviles o sitios web consulta a un nutricionista o preparador físico para su supervisión?</p> <p>44. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan influyente ha resultado ser esta ventana de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en sus hábitos</p>	<p>Sí No</p> <p>Sí No</p> <p>1. Nada Influyente 2. Poco Influyente 3. Influyente 4. Muy Influyente 5. Demasiado Influyente</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>alimentarios y actividad física?</p> <p>45. ¿Se ha visto usted motivado/influenciado por las redes sociales, sitios web y aplicaciones para realizar actividad física?</p> <p>46. ¿Cuáles son los líderes, aplicaciones o páginas web que han influido en sus decisiones o han generado cambios en su vida respecto a los temas de alimentación, ejercicio y motivación?</p> <p>47. En una escala de del 1 al 5, ¿cómo calificaría los cambios que ha realizado en sus hábitos</p>	<p>Sí No</p> <p>Pregunta abierta</p> <p>1. Muy negativo 2. Negativo 3. Sin afectación 4. Positivo 5. Muy positivo</p>	

Objetivo Específico	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
				<p>alimenticios y actividad física a raíz de las redes sociales, aplicaciones móviles y sitios web?</p> <p>48. ¿Ha dejado de consumir algún alimento por influencia de líderes en redes sociales y consejos de páginas web o aplicaciones móviles?</p> <p>49. ¿Aplica la información sobre alimentación, dietas y recetas que obtiene de la red social o sitio web en su diario vivir?</p> <p>50. Está dispuesto a pagar algún programa que sea promovido a través de las redes sociales</p>	<p>Sí No</p> <p>Sí No</p> <p>Sí No</p>	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

3.7 PLAN PILOTO

Respecto a la población seleccionada para el plan piloto, es importante resaltar que no fueron personas dentro de las empresas de Grupo Trisan y Laquis, sino que se toma en cuenta personas del Gran Área Metropolitana; específicamente estudiantes y trabajadores de la Universidad Latina, quienes cumplen a cabalidad con los criterios de inclusión determinados para la muestra por estudiar para la presente investigación. En total, la muestra para el plan piloto fue de 10 personas.

El instrumento que se aplica se caracteriza por contar con cuatro apartados, el primero corresponde a la sección A, el cual integra las preguntas de carácter sociodemográfico, la sección B incluye las preguntas que se vinculan con las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, los cuales se relacionan con cada una de las variables en estudio con el fin de medir la influencia generada en cada una de ellas.

La sección C incluye todas las preguntas que buscan conocer los hábitos alimenticios de la población, además de una frecuencia de consumo que se clasifica a nivel semanal o diario, y finalmente la sección la sección D es específica de ítems alusivos a la actividad.

El instrumento fue aplicado a la muestra del plan piloto y durante esta intervención no se determina que alguna de las preguntas o bien la frecuencia de consumo, necesitara alguna modificación de forma o fondo para mayor comprensión. Todos los participantes logran contestar el cuestionario sin ninguna duda.

Es necesario tomar en cuenta que para el desarrollo adecuado del plan piloto la planificación previa en cuanto a entrevistas con los participantes para asegurar asistencia el día de las intervenciones y el control de materiales (papelería, lapiceros) es la base de esta aplicación y la

duración de llenado del instrumento por parte de la población fue en promedio de 15 minutos.

En el anexo N.º 6 se logran ver los resultados del plan piloto.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4. RESULTADOS

Este capítulo de la investigación tiene como fin detallar los resultados encontrados en la muestra de estudio. En primer lugar, se exponen los resultados univariados.

4.1. RESULTADOS UNIVARIADOS

A continuación, se presentan los resultados encontrados en cada una de las variables estudiadas

4.1.1 Características sociodemográficas

En primera instancia se describen las principales características sociodemográficas de las personas entrevistadas. Esto permite conocer de mejor manera el conjunto de individuos a los que se asocian los resultados posteriores y permite validar si los resultados encontrados podrían utilizarse para inferir conclusiones sobre una población más amplia.

Para el análisis se recopila información de 100 individuos, tomando en cuenta su sexo, edad y nivel de ingreso.

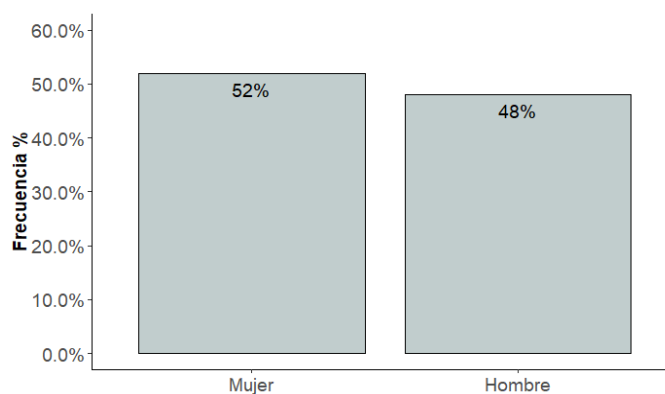


Figura N.º 1 Distribución por sexo de los entrevistados, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

La Figura N.º 1 contiene la distribución de la muestra por sexo. Se observa que existe levemente mayor proporción de mujeres que hombres, sin embargo, se considera que la muestra está balanceada por sexo.

Tabla N.º 3
Características sociodemográficas de los trabajadores
de Grupo Trisan y Laquinsa, Costa Rica, 2019

Situación sociodemográfica	Femenino (n=52)		Masculino (n=48)		Total (n=100)	
	n	%	n	%	n	%
Rango etario						
18 a 28 años	20	38.4	10	20.8	30	30
29 a 39 años	24	46.1	27	56.2	51	51
40 a 50 años	8	15.3	11	22.9	19	19
Escolaridad						
Primaria	–	–	2	4.1	2	2
Secundaria	4	7.7	10	20.8	14	14
Técnico	5	9.6	3	6.2	8	8
Universitario	43	82.6	33	68.7	76	76
Ingreso Económico						
Menos de ₡350.000	13	25	11	22.9	24	24
₡350.000 a ₡500.000	8	15.3	7	14.5	15	15
₡501.000 a ₡1 millón	13	25	8	16.6	21	21
Más de ₡1 millón	18	34.6	22	45.8	40	40

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Por su parte, la Tabla N.º 3 muestra el comportamiento de las características sociodemográficas por género de la población en estudio, donde se observa que la gran mayoría de personas en general tienen edades entre 29 y 39 años, seguido de las personas con edades entre 18 y 28 años y finalmente las personas entre 40 y 50 años.

Respecto al nivel educativo de los entrevistados, se encuentra que un 76% de ellos tienen algún grado universitario, en general, es claro que la muestra representa una población de personas relativamente jóvenes, de alto nivel educativo. Finalmente se muestra la distribución de los entrevistados de acuerdo al nivel de ingresos. Se observa que un 40% de las personas afirman tener ingresos superiores al millón de colones, seguido de las personas que reciben ingresos inferiores a ₡350.000 y las personas que tienen ingresos entre ₡500.000 y un millón de colones. De forma agregada, se tiene que un 62% de las personas tienen ingresos superiores a los ₡500.000.

4.1.2 Uso de redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles

Al consultar a los entrevistados sobre el uso de redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles, la totalidad afirma que sí usan estos medios para distintos propósitos durante su vida cotidiana. Entre las redes sociales o sitios que más usan se encuentra Facebook e Instagram, mientras las que menos utilizan son Snapchat y Twitter (ver Figura N.º 2).

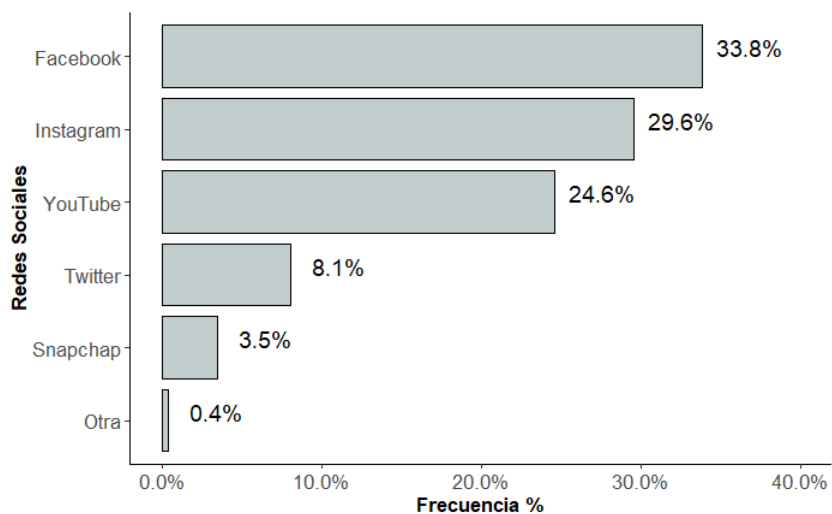


Figura N° 2 Redes sociales más utilizadas por los entrevistados, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto a la frecuencia de su uso, se encuentra que un 90% de los entrevistados afirman que acceden de forma diaria a estos sitios y el resto de las personas lo hace al menos entre 2 y 3 veces por semana (ver Figura N.º 3).

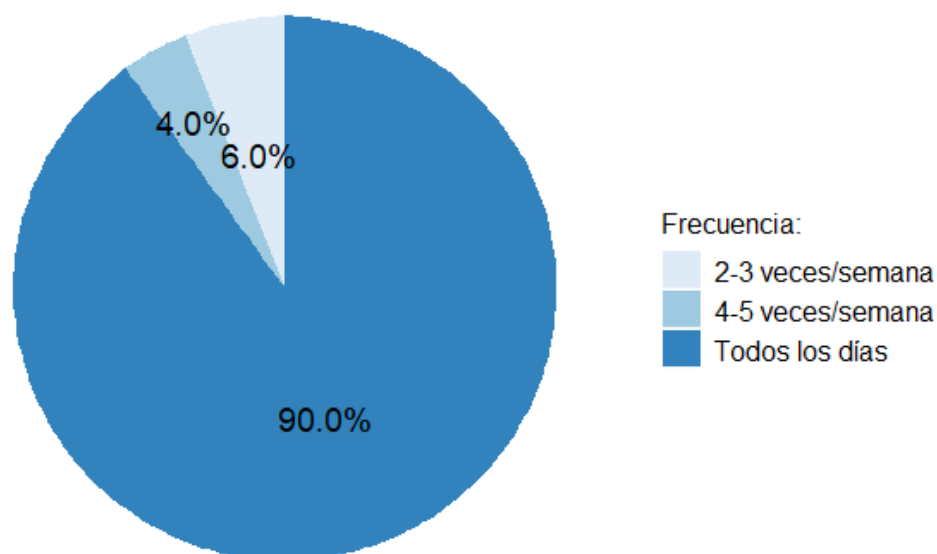


Figura N° 3 Frecuencia del uso de redes sociales por parte de los entrevistados, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Tabla N° 4
Uso de redes sociales, sitios web o aplicaciones sobre salud,
alimentación o fitness. San José, 2019

Pregunta	Femenino (n=52)		Masculino (n=48)		Total (n=100)	
	n	%	n	%	n	%
Sigue cuenta o perfil sobre salud, alimentación o <i>fitness</i>						
No	5	9.3	8	16.6	13	13
Sí	47	90.3	40	83.3	87	87
Tiene alguna aplicación sobre salud, alimentación o <i>fitness</i>						
No	23	44.2	28	58,3	51	51
Sí	29	55.7	20	41.6	49	49

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Adicionalmente, en la Tabla N.º 4 se consulta si dentro de los sitios web o redes que acceden se encuentran algunas cuentas o perfiles relacionados con salud, alimentación o *fitness*. La respuesta fue mayoritariamente afirmativa (87%), siendo la respuesta parcialmente equivalente de acuerdo con el género, donde 47 mujeres y 40 hombres, afirman buscar este tipo de información, además los participantes de la investigación indican la razón de seguir estas cuentas, dentro del rango amplio de categorías más sobresalientes es porque les gusta el contenido de la cuenta o red, porque les interesa comer mejor y realizar los ejercicios que exponen.

Por otra parte, cuando se consulta específicamente sobre el uso de aplicaciones móviles sobre salud, alimentación o *fitness*, los resultados afirmativos se reducen a 49%. Además, la frecuencia con que las personas acceden a perfiles, sitios web o aplicaciones sobre salud, alimentación o *fitness* es contundente. De acuerdo a la Figura N°4, el 84% de las personas acceden a este tipo de información al menos una vez a la semana. Es decir, solo un 16% de los entrevistados utiliza las redes o sitios web para otros propósitos diferentes al de interés.

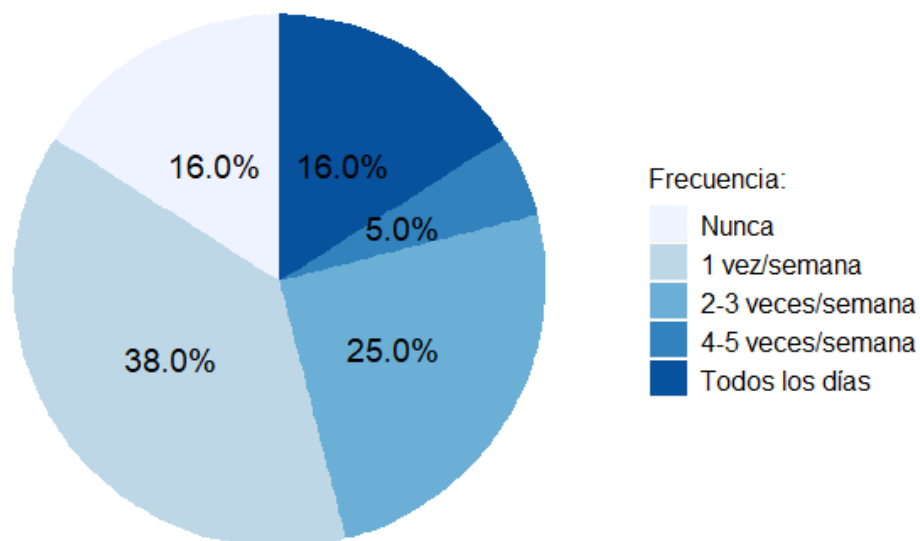


Figura N. ° 4 Frecuencia del uso de redes sociales para buscar información sobre alimentación y actividad física por parte de los entrevistados, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Tabla N.° 5

Líderes, aplicaciones o páginas web más famosas entre las personas entrevistadas, San José, 2019.

Líderes aplicaciones o páginas web más famosas:	Frec. n	Frec. %
Varios	15	17%
SaschaFitness	14	16%
Rich fit tips	10	12%
Cataploom	9	11%
Kilosophy	8	9%
Miguel Gatica Reto no Sugar	7	8%
Rawvana	5	6%
Youtube	5	6%
Bakeitfit	4	5%
Facebook	3	3%
Instagram	3	3%
Runtastic Results	2	2%
Samsung Results	2	2%
Total	87	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se indaga en el estudio de cuáles son las personas o líderes que la población seguía acerca de temas de salud, alimentación y *fitness*, se evidencia que 17% de la población indica seguir varios líderes con este tipo de temas, seguido destacan con mayor porcentaje líderes como Sascha Fitness, Rich fit Tips, Cataploom, Kilosophy y Miguel Gatica (ver Tabla N.º 5).

Tabla N.º 6
Aplicaciones sobre salud, alimentación o fitness más populares entre las personas entrevistadas, San José, 2019

Aplicación	Frecuencia n
Varios	14
MyfitnesPal	6
Garmin Connect	4
Nike	4
Strava	4
Pinterest	3
Runtastic	3
Samsung	3
Apple	2
Fitness2	2
Yazio	2
8Fit	1
Activate	1
Total	49

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Además, fue posible consultar a los individuos sobre cuáles aplicaciones móviles utilizaban sobre temas de salud, alimentación y *fitness* y se encontró que 14 de los 49 de ellos que reportaron seguir este tipo de descargas, poseen varias aplicaciones con estos temas, mientras que el resto indica que entre las aplicaciones más populares se encuentra: MyfitnesPal, Garmin Connect, las aplicaciones de Nike y Strava (ver Tabla N.º 6).

Tabla N.º 7
Conocimiento sobre el profesional que dirige las cuentas o sitios
sobre salud, alimentación o fitness, San José, 2019.

Pregunta	Frec.	Frec. %
¿Sabe si la persona que dirige la cuenta es profesional de la salud/alimentación o fitness?		
No	62	62%
Si	38	38%
¿Le resulta importante/necesario que la persona que dirige la cuenta sea profesional?		
No	11	11%
Si	89	89%
¿Sigue usted los consejos de estas cuentas o ha realizado cambios en su alimentación y actividad física planteados por estas aplicaciones?		
No	33	33%
Si	67	67%
¿Antes de poner en práctica alguno de los consejos planteados, consulta a un nutricionista o preparador físico para su supervisión?		
No	68	68%
Si	32	32%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto al conocimiento que tienen los usuarios sobre la persona que dirige la cuenta o perfil que siguen en redes sociales o sitios web, se encuentra que el 62% de la población estudiada desconoce si la persona es un profesional de la salud o alimentación. Sin embargo, es bastante claro que los entrevistados consideran que es importante que dicha persona sea un profesional en el área (89%). A pesar de que no existe un amplio conocimiento sobre la persona que dirige el sitio, una gran mayoría (68%) ha aplicado cambios en su alimentación o actividad física de acuerdo con la información que consultan. Finalmente se observa que solo un 32% de las personas consultan a un profesional si los cambios que van a implementar son adecuados (ver Tabla N.º 7).

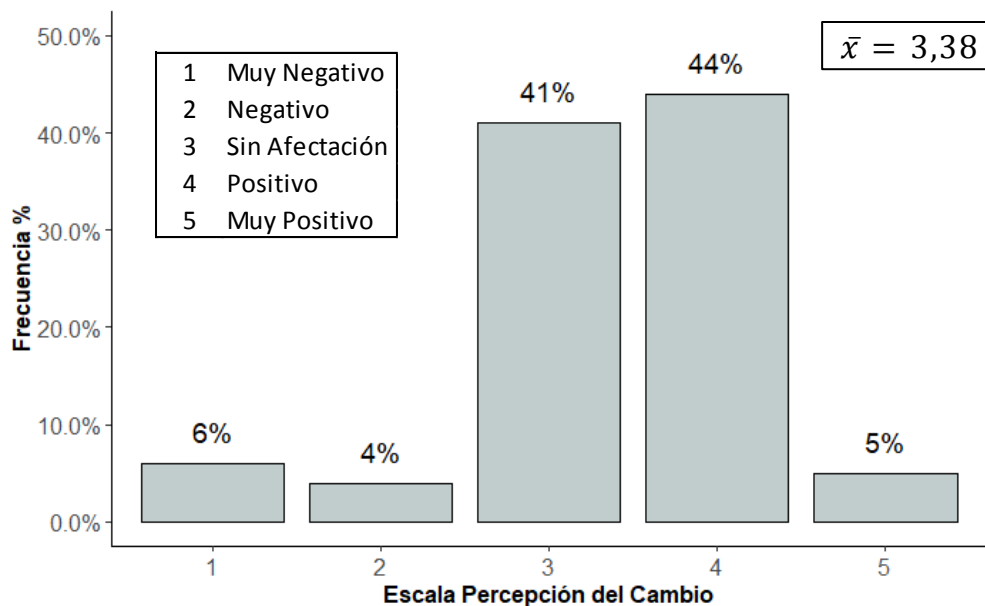


Figura N.º 5 Percepción del cambio en los hábitos alimenticios y actividad física debido al uso de las redes sociales, sitios web o aplicaciones sobre salud, alimentación o fitness en las personas entrevistadas, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En general, las personas consideran que los sitios web o redes sociales tienen influencia sobre sus decisiones de alimentación y actividad física, donde la percepción de la población sobre los cambios realizados en estos temas al uso de estas aplicaciones es en general positiva (ver Figura N.º 5).

Tabla N.º 8
Personas que estarían dispuestas a pagar para que un programa sea promovido a través de redes sociales, San José, 2019

Pagaría Programa según salario	Sí %	No %
Menos de ¢350.000	8	16
¢350.000 a ¢500.000	7	8
¢501.000 a ¢1 millón	14	7
Más de ¢1 millón	27	13
Total	56	44

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Finalmente, se encuentra que la mayoría de las personas -con un 56%- están dispuestas a pagar para que un programa de salud o alimentación sea promovido y accesado mediante redes sociales u otro tipo de sitio web al que puedan acceder, donde se representa que entre mayor es el ingreso, mayor es la disposición de la población (ver Tabla N.º 8).

4.1.3 Hábitos alimentarios

Por otra parte, se consulta a los individuos del estudio sobre distintos comportamientos alimentarios que son de interés para la investigación. Entre los aspectos de interés se encuentra la cantidad de tiempos de comida que las personas realizan diariamente (ver Figura N.º 6). Se observa que, en general, la mayoría de las personas realizan entre 3 y 4 tiempos de comida diarios (52%). Además, es notable que una proporción mínima (8%) de los entrevistados solo realizan entre 1 y 2 tiempos de comida diarios.

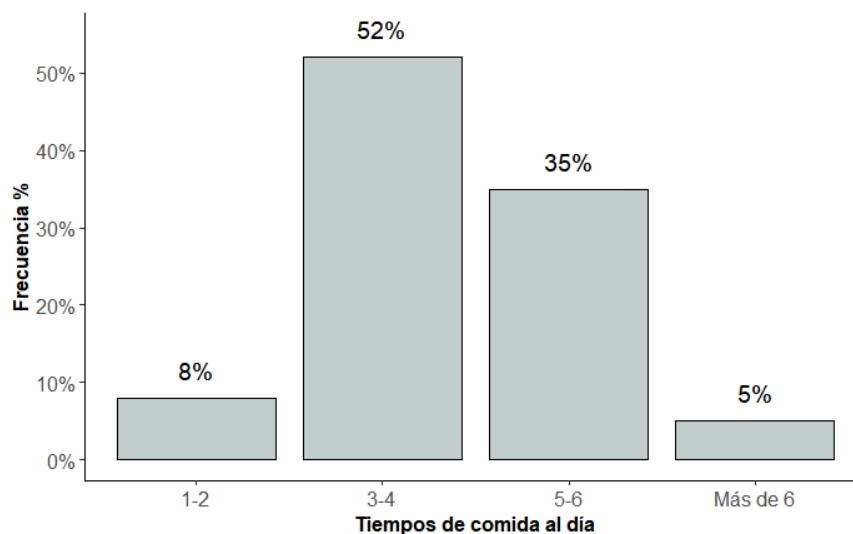


Figura N.º 6 Distribución por tiempos de comida al día de las personas entrevistadas, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

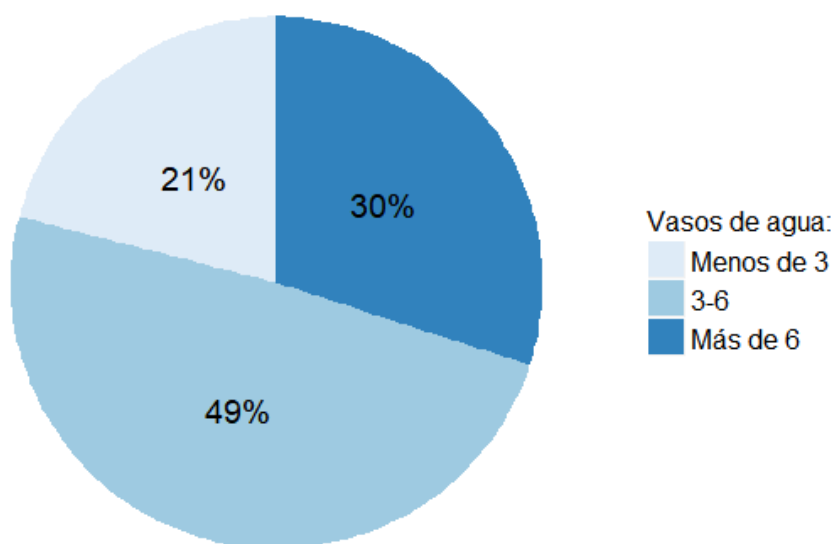


Figura N.º 7 Distribución por la cantidad de vasos de agua al día para las personas entrevistadas, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Al consultar sobre el consumo de agua, un 95% de las personas consumen dicho líquido de manera diaria y en general la cantidad de vasos diarios se encuentra entre 3 y 6 vasos y solo un 30% de los individuos afirman consumir más de 6 vasos al día (ver Figura N.º 7).

Tabla N.º 9
Hábitos sobre el consumo de sal, alcohol y azúcar en las
personas entrevistadas, San José, 2019

Pregunta	Frec.	Frec. %
Agrega sal adicional a las comidas		
No	78	78%
Sí	22	22%
Consume alcohol		
No	40	40%
Sí	60	60%
Consume azúcar		
No	22	22%
Sí	78	78%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Adicionalmente, se consulta sobre el consumo de sal adicional, alcohol y azúcar. Se encuentra que un porcentaje importante (60%) afirma consumir alcohol y azúcar (78%). Sin embargo, solo un 22% de los entrevistados afirma que adiciona sal a las comidas ya preparadas (ver Tabla N.º 9)

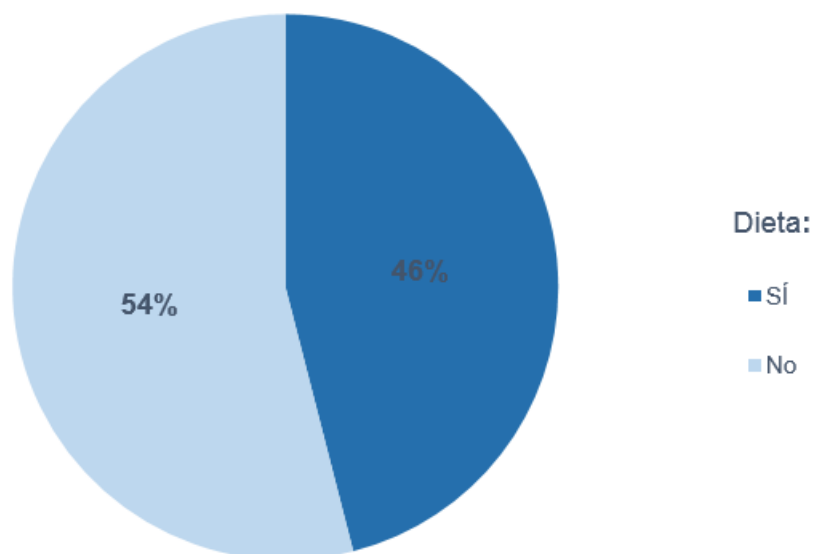


Figura N.º 8 Distribución de la muestra entre personas que sí han realizado dieta, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se consulta a las personas si en algún momento habían realizado dieta, se observa que aproximadamente la mitad de las personas sí han realizado algún tipo de dieta (ver Figura N.º 8). Adicionalmente se consulta sobre qué tipo de dieta y si esta fue supervisada por un profesional. Dentro del rango amplio de respuestas sobresalen las dietas tipo cetogénicas, el ayuno intermitente y la dieta détox.

Por otra parte, se observa que una importante cantidad de personas indica que su dieta no fue supervisada por un nutricionista o profesional equivalente, existen casos donde abiertamente se informa que la dieta la siguen por un medio electrónico como YouTube, Instagram o Pinterest, mientras que otras personas siguen algún libro o simplemente siguen la información que les indica alguna amistad.

*Tabla N.º 10
Frecuencia de consumo por grupo de alimentos en las
personas entrevistadas, San José, 2019*

Alimento	Frecuencia				
	No Consume	1 Vez/semana	2-3 veces/semana	5-4 veces/semana	Todos los días
Frutas y Vegetales	1%	12%	28%	18%	41%
Leche, Yogurt o Queso	5%	19%	26%	19%	31%
Carnes (pollo, res, pescado, atún)	1%	3%	20%	19%	57%
Embutidos	17%	50%	23%	4%	6%
Gaseosas o jugos procesados	37%	32%	18%	6%	7%
Golosinas	21%	38%	27%	9%	5%
¿Cuántas veces come fuera de la casa?	6%	46%	28%	13%	7%
Comida Rápida	21%	55%	20%	4%	0%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se consulta también sobre la frecuencia de consumo por grupo de alimentos para intentar conocer a los participantes que aplican la información obtenida en la red y la relación con sus patrones de consumo, donde, se encuentra que los grupos de alimentos que se consumen con

mayor frecuencia corresponden a las frutas y vegetales, los lácteos y las carnes. Mientras que los grupos de alimentos que menos se consumen son las gaseosas, golosinas y comidas rápidas. Por otra parte, se encuentra que, en general, el 74% las personas comen preparaciones alimenticias fuera de sus casas entre 1 y 3 veces por semana (ver Tabla N.º 10).

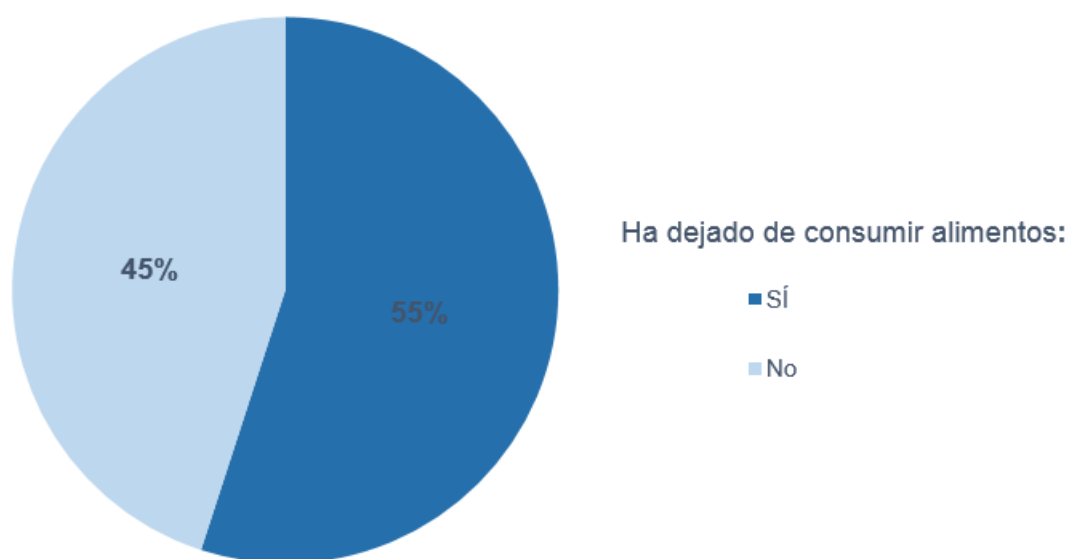


Figura N.º 9 Distribución de la muestra de acuerdo a si ha dejado de consumir algún alimento por influencia de las redes sociales o sitios web, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

Finalmente, se encuentra que las personas entrevistadas, en una proporción del 55%, han dejado de consumir alimentos debido a la influencia de las redes sociales o sitios web, donde indican que efectivamente aplican la información sobre alimentación, recetas o dietas que encuentran en estas aplicaciones (ver Figura N.º 9). Además, al consultar sobre cómo perciben las personas sus hábitos alimenticios, se observa que en general los perciben como buenos y regulares (ver Figura N.º 10).

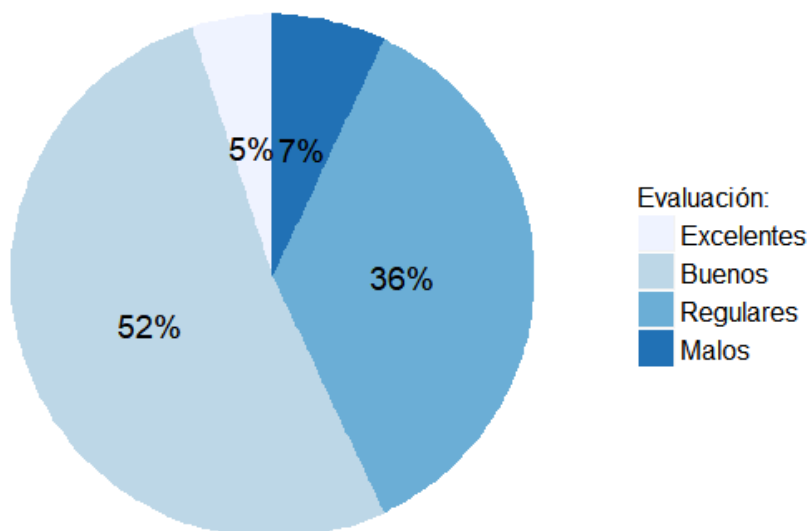


Figura N.º 10 Evaluación personal de los hábitos alimentarios de las personas entrevistadas, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

4.1.4 Actividad física

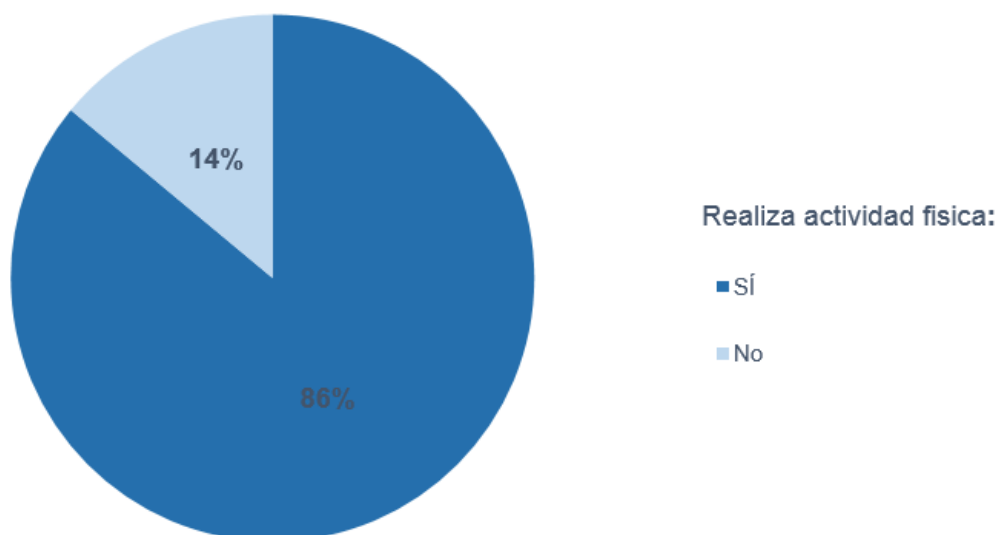


Figura N.º 11 Distribución de la muestra de acuerdo con si realiza actividad física, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De la muestra obtenida (n=100) se tiene como resultado que el 86% afirma realizar actividades físicas, mientras que solamente el 14% de ellos indican no realizar ningún tipo de ejercicio.

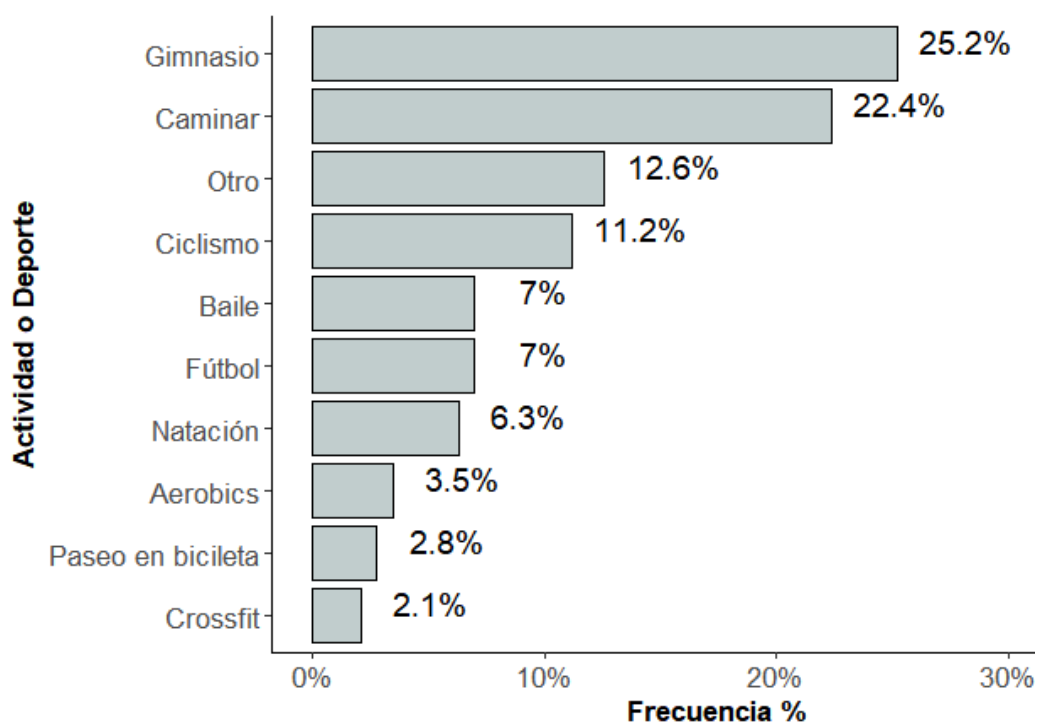


Figura N ° 12 Actividad física o deporte más frecuente en las personas entrevistadas, San José, 2019
Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la Figura N ° 12 se observa que la parte de la población que afirma realizar actividad física, la mayoría realiza más de una actividad y dentro de las actividades realizadas predomina la asistencia al gimnasio, seguido de caminar como parte de sus actividades diarias y por último, un 2,1% de la población realizan *crossfit*.

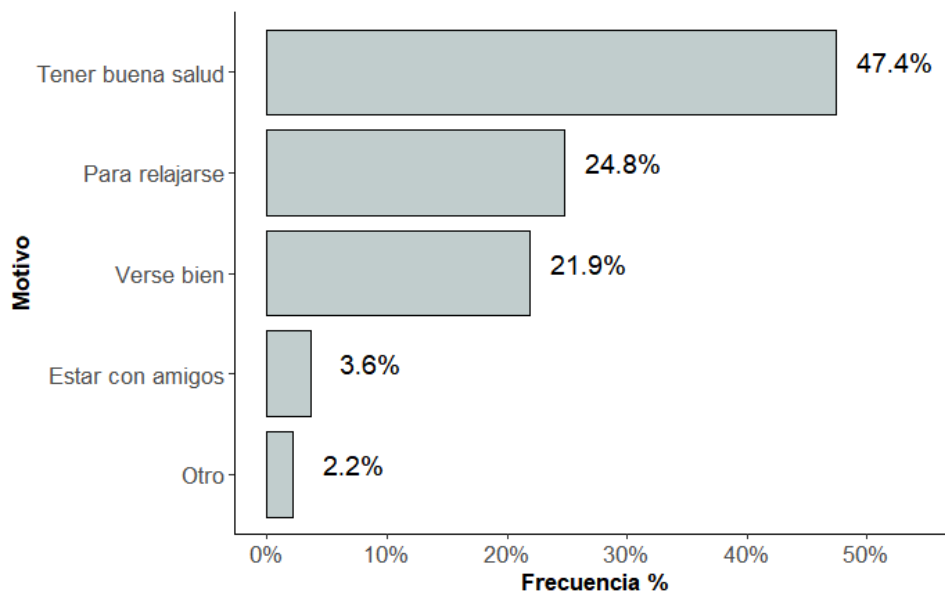


Figura N.º 13 Principal motivo para hacer actividad física, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la figura anterior se aprecia que el 47,4 % de la población indica que el motivo por el cual realizan actividad física es con el fin de tener buena salud, otros para relajarse (24,8%) y verse bien (21,9%).

*Tabla N.º 11
Distribución de la muestra de acuerdo con la frecuencia con que practican actividad física y su tiempo de duración, San José, 2019*

Frecuencia	Tiempo			Total
	Menos de 1 hora	1 hora	Más de 1 hora	
1-2 días/semana	24%	43%	32%	100%
3-4 días/semana	13%	53%	34%	100%
Más de 5 días/semana	21%	21%	58%	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la tabla anterior se observa la frecuencia y el tiempo que dedica la población a realizar actividad física y se demuestra que el 58% de la población la realiza más de 5 días por semana

y dedica más de una hora para realizar dicha actividad, mientras que solamente un 13% reporta realizar ejercicio 3 a 4 veces por semana y hace menos de una hora de ejercicio.

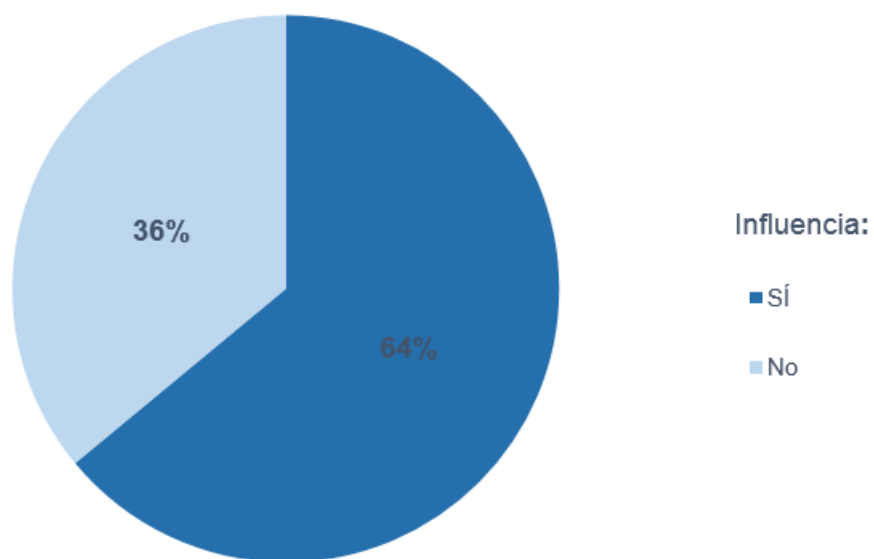


Figura N. ° 14 Distribución de la muestra de acuerdo a si considera que se ha visto motivado o influenciado por las redes sociales, sitios web o aplicaciones para realizar actividad física, San José, 2019.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la Figura N.° 14 se observa que el 64% de la muestra indica haberse visto motivado a realizar a actividad física por influencia de las redes sociales sitios web y aplicaciones móviles, mientras que solamente el 36% de ellos indican no verse influenciados.

4.2 RESULTADOS BIVARIADOS

Al conocer los resultados univariados, se procede a determinar las relaciones entre las variables de estudio.

Para establecer si el acceso a redes sociales, sitios web u aplicaciones sobre alimentación y actividad física repercute sobre el comportamiento alimentario o sobre la tendencia de las personas a realizar actividad física, se tuvo que definir cuál era la variable que mejor podía captar dicho comportamiento al relacionarla con el resto de las preguntas del cuestionario. Inicialmente, se toma en cuenta la pregunta sobre si la persona usa redes sociales. Sin embargo, debido a que el 100% responde afirmativamente, se descarta su uso.

Seguido se contempla utilizar una variable compuesta sobre las preguntas 9 y 10, donde se pudiera conjuntar en una sola variable si las personas accedían a redes o aplicaciones con el objetivo de ver consejos sobre salud, alimentación o *fitness*. Pero de nuevo en esta variable aproximadamente el 100% de los individuos respondió afirmativamente.

Finalmente se decide usar la frecuencia de veces semanales que una persona accede estos sitios en busca de consejos sobre salud o alimentación, como la variable que permita relacionar el uso de redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles con los distintos comportamientos alimentarios y de salud. Para ello se recodificó la variable en un menor grupo de categorías para facilitar el cálculo e interpretación de las pruebas estadísticas. Para evaluar de una manera más formal el análisis, se calcula la prueba Chi Cuadrado, la cual compara las frecuencias de la tabla, contra las frecuencias teóricas de una tabla donde se asume independencia entre las variables. Si el valor p de la prueba es inferior a 0,05 se puede asumir que hay una asociación entre las variables de interés.

Tabla N.º 12
Relación entre el acceso a redes sociales y el sexo de la persona, San José, 2019.

Frecuencia	Sexo de la persona			Chi
	Mujer	Hombre	Total	Cuadrado
Nunca	50%	50%	100%	2.31
1-3 veces/semana	48%	52%	100%	
4 veces o más/semana	67%	33%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

En primera instancia, la Tabla N.º 12 muestra la relación existente entre la frecuencia en que las personas acceden a las redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación y su sexo. Se observa que las personas que no acceden a redes sociales se distribuyen equitativamente por sexo. Conforme aumenta la frecuencia tienden a ser las mujeres las que predominan. Sin embargo, la diferencia es solo muy marcada en el extremo superior y la prueba estadística no detecta suficiente evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el sexo (Chi=2.31, valor p=0,31).

Tabla N.º 13
Relación entre el acceso a redes sociales y los tiempos de comida, San José, 2019

Frecuencia	Tiempos de comida diarios				Chi	
	1-2	3-4	5-6	Más de 6 veces	Total Cuadrado	
Nunca	13%	56%	25%	6%	100%	7.13
1-3 veces/semana	10%	56%	30%	5%	100%	
4 veces o más/semana	0%	38%	57%	5%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Al relacionar el comportamiento de los tiempos de comida en función de la cantidad de veces semanales que la persona accede a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación, la Tabla N.º 13 muestra cómo es la distribución de los tiempos de comida para cada grupo

asociado a la frecuencia de acceso. Para interpretar de forma adecuada los resultados se deben comparar las distribuciones horizontalmente. Es decir, es notorio que en la distribución porcentual de las personas que nunca acceden a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación, presentan un 13% de incidencia en la categoría de únicamente 1 o 2 tiempos de comida. Y que, además, al comparar dicho porcentaje entre los grupos (verticalmente) es la incidencia máxima entre los grupos. Adicionalmente es claro que mientras mayor sea la frecuencia de acceso a redes sociales, menor es la incidencia de dicha categoría. Se observa que las personas que acceden 4 veces o más por semana, la mayoría presenta ente 5 y 6 tiempos de comida al día.

Tabla N.º 14

Relación entre el acceso a redes sociales y la cantidad de vasos de agua diarios, San José, 2019

Frecuencia	Vasos de agua diarios			Total	Chi Cuadrado
	Menos de 3	5-6	Más de 6		
Nunca	31%	50%	19%	100%	13.36*
1-3 veces/semana	24%	38%	38%	100%	
4 veces o más/semana	5%	81%	14%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Por su parte, en la Tabla N.º 14, se relaciona la cantidad de vasos diarios de agua y la frecuencia de acceso a redes en busca de consejos sobre salud o alimentación. Se observa que conforme mayor es el acceso a redes, mayor es el consumo de agua. En este caso, la prueba detecta suficiente evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y un comportamiento distinto en la cantidad de vasos de agua diarios (Chi= 13.36, valor p=0,01).

Tabla N.º 15
Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona ha realizado dieta en algún momento, San José, 2019

Frecuencia	¿Ha realizado dieta?			Chi Cuadrado
	No	Sí	Total	
Nunca	60%	40%	100%	0.30
1-3 veces/semana	52%	48%	100%	
4 veces o más/semana	56%	44%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

La Tabla N.º 15 relaciona si la persona ha realizado dieta en algún momento y la frecuencia de acceso a redes en busca de consejos sobre salud o alimentación. Se observa que las distribuciones en general son muy similares y que no hay un patrón claramente establecido. Debido a lo anterior la prueba no detecta suficiente evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el hecho de hacer dieta (Chi=0.30, valor p=0.85).

Tabla N.º 16
Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona ha dejado de comer algún alimento debido a la influencia de las redes sociales, San José, 2019

Frecuencia	¿Ha dejado de comer alimentos por influencia?			Chi Cuadrado
	No	Sí	Total	
Nunca	69%	31%	100%	4.27*
Al menos 1 vez/semana	40%	60%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Por otra parte, la Tabla N.º 16 relaciona si la persona ha dejado de comer algún alimento por influencia de las redes y la frecuencia de acceso a redes en busca de consejos sobre salud o alimentación. Se observa que las personas que acceden a redes sociales al menos una vez a la semana en busca de consejos han dejado de comer algún alimento en una proporción del 60%

(comparado con un 31% en el grupo de personas que no acceden a redes en busca de este tipo de consejos). En este caso la prueba estadística detecta evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el haber dejado de consumir algún tipo de alimento (Chi=4.27, valor $p=0,04$).

Se realizaron adicionalmente pruebas Chi cuadrado para detectar alguna relación entre el acceso a redes y el consumo adicional de sal, el consumo de alcohol, el consumo de azúcar, pero en ningún caso se observa un patrón de interés ni resultados significativos para la asociación ente variables.

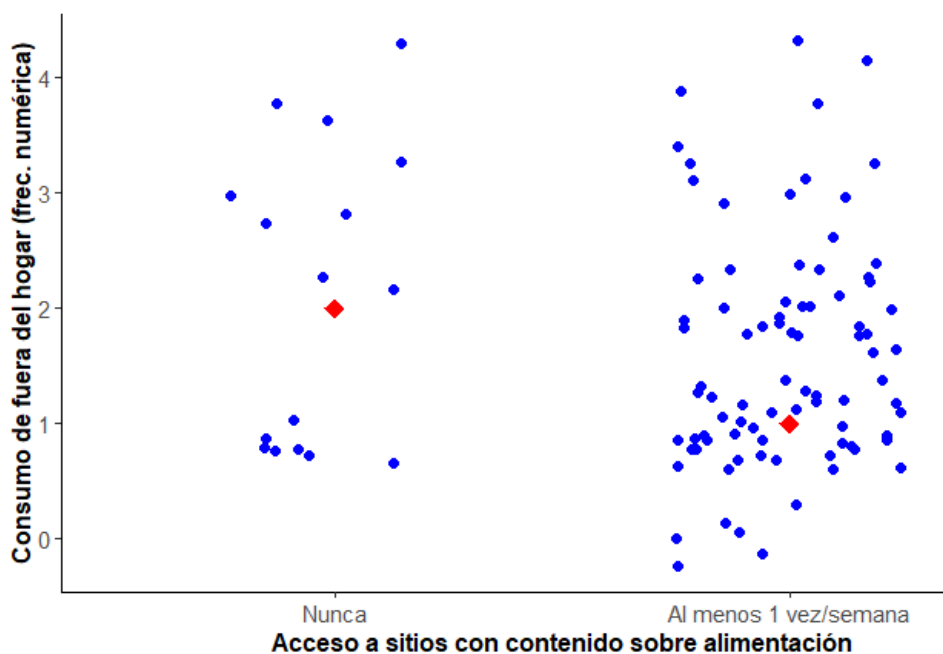


Figura N.º 15 Relación de la frecuencia de uso de las redes sociales con la distribución de la muestra que considera que se ha visto motivado o influenciado por las redes sociales, sitios web o aplicaciones para realizar actividad física, San José, 2019

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Al analizar las frecuencias de consumo de distintos grupos de alimentos contra la frecuencia de acceso a redes sociales no se encuentra evidencia de un consumo diferenciado. Sin embargo, al utilizar las respuestas de la frecuencia de consumo de alimentos fuera hogar como un puntaje

numérico de 0 a 4, donde 0 corresponde a la menor frecuencia de consumo (no consume) y 4 a la mayor frecuencia de consumo (todos los días), se evidencia que el puntaje promedio de las personas que nunca acceden a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación, tienden a comer con mayor frecuencia alimentos fuera del hogar (ver los puntos rojos de cada grupo). Para evaluar este resultado de manera formal, se aplica la prueba ANOVA de diferencia de promedios al puntaje numérico y se encuentra que sí existe evidencia estadística a favor de dicha diferencia.

Tabla N.º 17
Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona realiza actividad física, San José, 2019

Frecuencia	¿Realiza actividad física?			Chi Cuadrado
	No	Sí	Total	
Nunca	25%	75%	100%	0.98
Al menos 1 vez/semana	12%	88%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Se estudia también las posibles relaciones entre la frecuencia de acceso a redes sociales en busca de consejos de salud y el realizar actividad física. Al respecto, la Tabla N.º 17 muestra que las personas que acceden a redes sociales al menos una vez a la semana en busca de consejos realizan actividad física en una proporción del 88% (comparado con un 75% en el grupo de personas que no acceden a redes en busca de este tipo de consejos). En este caso la prueba estadística no detecta evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el hacer actividad física (Chi=0.98, valor p=0,36).

Tabla N.º 18
Relación entre el acceso a redes sociales y el tiempo que dedica la persona a realizar actividad física,
San José, 2019

Frecuencia	Tiempo que dedica a realizar actividad física			Total	Chi Cuadrado
	Menos de 1 hora	1 hora	Más de 1 hora		
Nunca	47%	27%	27%	100%	7.21*
Al menos 1 vez/semana	16%	44%	40%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Coherente con el resultado descriptivo anterior, la Tabla N.º 18, muestra la distribución de acuerdo con el tiempo que dedican las persona a realizar actividad física. Es claro que las personas que acceden a redes sociales al menos una vez a la semana tienden a dedicar un lapso mayor a ejercitarse que las personas que nunca acceden a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación. En este caso la prueba estadística detecta evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el tiempo dedicado a realizar actividad física (Chi=7.21, valor p=0,03).

Tabla N.º 19
Relación entre el acceso a redes sociales y si la persona se ha sentido influenciado o motivado a realizar ejercicio o actividad física, San José, 2019

Frecuencia	Influencia a realizar ejercicio			Chi Cuadrado
	No	Sí	Total	
Nunca	75%	25%	100%	10.64*
Al menos 1 vez/semana	29%	71%	100%	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Finalmente, la Tabla N.º 19, muestra la relación existente entre la frecuencia en que las personas acceden a las redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación y si se han sentido influenciados a realizar ejercicio o actividad física. Se observa que las personas que acceden al menos una vez por semana en busca de dichos consejos se han sentido influenciados en una proporción del 71% (en comparación con un 25% correspondiente al grupo de personas que

nunca acceden a redes sociales en busca de este tipo de consejos). En este caso la prueba estadística detecta evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales e influencia a realizar actividad física (Chi=10.64, valor $p=0,01$).

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Discusión de los resultados

El presente estudio busca analizar el resultado del uso de redes sociales junto a la aplicación de información relacionada con hábitos alimentarios y actividad física de los jóvenes y adultos. Dicha investigación obtuvo como resultado que esta población efectivamente está siendo influenciada en sus hábitos alimenticios, poco más de la mitad de población menciona haber hecho cambios en su alimentación e indican que efectivamente aplican la información sobre alimentación, recetas o dietas que encuentran en estas plataformas, el 64% de dicha población se ha visto motivado para realizar actividad física gracias a la influencia de estos medios.

Esto tiene relación con varios estudios como el elaborado por el diario Comunicaciones Naturales, que demuestra que ser parte de grupos virtuales y de redes sociales es un factor importante para las personas y su estilo de vida (Excélsior, 2017). Además de la investigación de la Universidad del Sur de California (USC), donde se puede apreciar que las redes sociales y su uso constante sirven para estimular cambios en la salud y alimentación de los jóvenes (Valente, 2016).

(Pilar Colás, Teresa González y Juan de Pablos 2013) en su análisis de “Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes” exponen que las redes sociales virtuales son parte del gran desarrollo que ha tenido Internet, por lo cual ha sido objeto de investigación durante los últimos años, así se ha demostrado que la mayoría de sus usuarios son jóvenes, quienes prefieren expresarse a través de plataformas virtuales y han logrado tener más afinidad con este tipo de comunicación a diferencia de las tradicionales basadas en el contacto directo.

Así mismo, la presente investigación muestra en los datos obtenidos que el rango de edad con mayor porcentaje de la muestra es el de 29 a 39 años seguido de los de 18 a 28 años, lo que

representa una población de personas relativamente jóvenes, estos resultados son completamente esperados, ya que al estudiarlos con otros datos de Statista en España, según el estudio anual de redes sociales de IAB del 2017, indican que los nacidos entre 1980 y 1995, es decir, las personas entre las edades 25 a 39 años, son quienes más utilizan las redes sociales.

Además, un estudio del Instituto para la Integración de América Latina reveló que Costa Rica es el segundo país de Latinoamérica donde más personas jóvenes utilizan redes sociales, justo detrás de Paraguay. La encuesta, que toma en cuenta a 20.000 ciudadanos de 18 países de la región, encontró que casi 8 de cada 10 personas en Costa Rica están conectadas en redes (INTAL, 2016).

Al estudiar los resultados obtenidos respecto a la frecuencia de su uso, se logra apreciar que un 90% de los entrevistados afirman que acceden de forma diaria a estos sitios y al profundizar explícitamente si dentro de los sitios web o redes que acceden se encuentran algunas cuentas con información sobre alimentación o salud, se arroja que el 87% de las personas buscan este tipo de información al menos una vez a la semana. Esto ha demostrado que las redes sociales y las *apps* web ofrecen una variedad de recursos que facilitan la interacción entre los referentes de las cuentas relacionadas con la alimentación/nutrición y los usuarios (Suarez, 2017).

Esto tiene relación con otros estudios, donde 108 participantes que aceptan seguir páginas con información alimentaria, (n=66) son mujeres, además, (n=44) de ellas aplican la información de alimentación de manera constante (Fragueiro, 2015). Al analizar por género quiénes son los que buscan más información sobre alimentación o salud, se evidencia que la proporción por género es equitativa, esto difiere con varios análisis que se han realizado donde han concluido que son las mujeres son las que realizan más este tipo de búsquedas, como el estudio de Nielsen,

el cual muestra, que el 76% de uso es por parte de las mujeres en comparación con el 72% de los hombres (Vermeren, 2016).

Por otra parte, la “Encuesta nacional de consumos y prácticas culturales” realizada en Argentina, a una muestra representativa de 180 jóvenes, revela que el 90% de los encuestados utiliza Instagram y Facebook siendo estas las más elegidas para informarse (ADIRA, 2016), asociado a los resultados de este estudio, se logra evidenciar que las plataformas más escogidas por los usuarios costarricenses corresponde a Facebook e Instagram, donde los usuarios encuentran fotos, videos, mensajes breves y concisos utilizando un lenguaje coloquial, que acorta la distancia entre emisores y receptores, destinado mayoritariamente a la población adulta joven, donde la población busca la practicidad, en un mundo globalizado, en donde lo inmediato y la rapidez cobran mayor valor (Cañedo, 2016).

Tal como menciona (Suarez, 2017) es palpable que las relaciones en las plataformas digitales afectan la forma de comportarnos y los hábitos. Esto demuestra que el mercado de las *apps* y las redes sociales ha llegado para quedarse, transformando el mundo digital, convirtiéndose estas en las favoritas de pequeños y grandes, principalmente por un tema de salud e interacción.

Además, se observa que la población estudiada utiliza, en su mayoría, estas plataformas con el objetivo de buscar información de nutrición para comer mejor, según exponen, y realizar los ejercicios que exhiben, esto parece ser captado por los no profesionales de la salud y algunos profesionales, quienes, interpretando las necesidades de los usuarios, ofrecen contenido de este tipo pues de acuerdo con el análisis de las personas más seguidas por la población en estudio, destacaron con mayor porcentaje Sascha Fitness, Rich fit Tips, Cataploom, Kilosophy y Miguel Gatica.

Teniendo en cuenta la información obtenida y las encuestas realizadas a los jóvenes y adultos, se puede analizar que todos los encuestados son seguidores de al menos uno de los cinco influenciadores de estilo de vida anteriormente mencionados. También, se puede ver en el análisis que cada influenciador tiene un enfoque por el cual es conocido y las asocian esa información con el personaje (Tobey, 2013).

Se puede notar que todos estos brindan una diversa cantidad de información, motivación y se dedican a realizar publicaciones sobre cómo llevar una vida saludable. De estos Sascha Fitness es la única que ha publicado libros en los cuales explica su ideología y la manera correcta de alimentarse y ejercitarse, también muestra las transformaciones que han tenido los cuerpos de algunas personas, como resultado de sus consejos. Sin embargo, la principal forma de comunicarse de ella y los demás influencers es a través de Instagram, donde publican las fechas de conferencias, asesorías, retos y también escriben extensos párrafos informativos de cómo llevar una vida con hábitos saludables (Falcón, 2013).

Según la nutricionista (Katz, Monica, 2018), en las redes hay gente desesperada o desencantada con el sistema de salud y por eso buscan por fuera de él y, lamentablemente, en ese ámbito las redes proponen opciones brindadas por muchos *influencers* que no siempre son profesionales, algunos presentan problemas personales de salud, como ortorexia, ex obesos, vigorexia, que aconsejan desde su experiencia patológica; además, investigaciones indican que el 77% de los pacientes realizan búsquedas en Internet antes de solicitar una consulta, esto tiene relación con el estudio ya que al consultar respecto al conocimiento que tienen los usuarios sobre la persona que dirige la cuenta o perfil que siguen en redes sociales o sitios web, es importante resaltar que el 61% de la población desconoce si la persona es un profesional de la salud o alimentación.

Pese a esto, consideran que es importante que dicha persona sea un profesional en el área y sin embargo, aunque no existe un amplio conocimiento sobre la persona que dirige el sitio, una gran mayoría ha aplicado cambios en su alimentación o actividad física de acuerdo con la información que consultan. En todo este análisis lo preocupante termina siendo que las recetas brindadas o consejos, en su mayoría, son destinados a la población en general, cuando en realidad deberían ser para poblaciones específicas, incumpliendo de esta forma la ley de la adecuación de la Nutrición.

Por otra parte, existen algunos trabajos de revisión que han evaluado la efectividad de las aplicaciones para dispositivos Smartphone en la mejora de hábitos dietéticos y de actividad física, así como en la pérdida de peso en sujetos con sobrepeso y obesidad (Schoeppe *et al.*, 2016; Semper *et al.*, 2016), como es el caso de la aplicación MyfitnessPal una de las aplicaciones más descargadas por la población en estudio, el cual brinda al usuario información como recetas, aporte y conteo calórico de los alimentos, así como ejercicios para alcanzar los objetivos de los usuarios y utiliza elementos de gamificación para motivar a la población (Falcón, 2013).

Cada día más aplicaciones de este tipo se postulan como una vía de ayuda para controlar el peso. Pero, según estudios, solo el 0,5% de ellas han sido desarrolladas por personal sanitario o por universidades, como afirma una investigación que se acaba de presentar en la Cumbre Europea sobre Obesidad, aún "no hay evidencia científica publicada que avale la eficacia de las *apps* en el control de sobrepeso y obesidad". Por eso, "ninguna autoridad sanitaria las certifica" (Carrera, Longato, Masci, & Mendoza, 2016).

Esto justifica la necesidad de la creación de aplicaciones avaladas y en las que el personal sanitario y el público, en general, puedan apoyarse para dar o recibir consejo nutricional fiable

y de calidad, como lo es la aplicación móvil del Expediente Digital Único en Salud (EDUS) de la Caja Costarricense de Seguro Social, el cual lleva 370 141 descargas y se ha convertido en el aplicativo más descargado en la categoría Salud y Bienestar en las tiendas Android y la sexta en las tiendas iTunes, “Vimos la necesidad de los usuarios, lo que nos motivó a crear una aplicación que les permitiera informarse con responsabilidad” indicó el director ejecutivo Román Macaya (CCSS, 2018).

Ahora bien, una vez conocido el movimiento que están generando las redes sociales y aplicaciones móviles en la población en estudio, se indaga de qué manera están influyendo estas en los hábitos alimenticios y actividad física. En general, las personas en estudio, de acuerdo con el instrumento realizado consideran que estos medios tienen influencia positiva, sobre los cambios realizados en su alimentación y actividad física; sin embargo, para poder analizar estos datos se buscó conocer los hábitos alimenticios.

Al evaluar los hábitos alimenticios de la población que corresponde a las conductas que una persona tiene sobre los alimentos que consumen en calidad, cantidad y forma, el primer punto evaluado fue la cantidad de tiempos de comida que las personas realizan diariamente. Se observa que en general, la mayoría de las personas realizan entre 3 y 4 tiempos de comida diarios, donde indican que en su alimentación predomina la ingesta de frutas y verduras, lácteos y carnes, mientras que los grupos de alimentos que menos se consumen son las gaseosas, golosinas y comidas rápidas, concluyendo de manera general que la población presenta una alimentación saludable.

Esto difiere del estudio selectivo con enfoque transversal realizado en España y México con 770 jóvenes entre las edades de 18 a 35 años, el cual afirma que la mayoría de los jóvenes opta

por consumir alimentos procesados con alto contenido calórico y bajo aporte nutricional, como *snacks*, refrescos, dulces, bollería entre otros (García, 2013).

El alcohol predomina en esta etapa fisiológica, según lo encuestado, más de la mitad de la población entrevistada afirma consumirlo. Según Rodríguez Sanchiz, consumir alcohol no es un problema exclusivo de los jóvenes, pues compete a toda la población. Por ello, el Grupo de Investigación Salbis (Salud, Bienestar y Sostenibilidad Socio-sanitaria) de la Universidad de León (ULE), dirigido por la profesora Pilar Marqués, trabaja en una línea de investigación centrada en el consumo de alcohol y en el estudio de las redes sociales en la identificación de actores influyentes y su aplicación en la adquisición de conductas saludables, las investigaciones actuales arrojan un vacío de evidencias en cuanto a cómo se transmite o se “contagia” dicha influencia social. “Es necesario profundizar en los aspectos causales del consumo excesivo de alcohol desde una perspectiva social y conocer qué patrones de contactos existentes entre ellos se relacionan con el consumo de otras drogas, hábitos de socialización a través de redes digitales, comportamientos sexuales, la utilización del tiempo libre, entre otros (Pedraz, 2016).

Por otra parte, un 78% indica que no le agrega sal adicional a sus alimentos ya preparados, esto tiene relación con el análisis de Especialistas del Grupo de Estudios de Impacto de Nutrición y Enfermedades Crónicas, donde estudiaron 187 países por primera vez, en cuanto a los alimentos buenos y saludables que se consumen en el mundo y evidenciaron que Costa Rica ocupa el lugar número 26 entre los países con dietas con más alimentos saludables, es el número 21 en consumo de frutas, el número ocho en jugos de frutas, el cuarto en tomar más leche, Además, está muy lejos de los primeros lugares en el consumo de sodio, todo esto refuerza los resultados del presente estudio (Health, 2015).

Otro aspecto de gran importancia es que la encuesta realizada permite verificar que los trabajadores de esta investigación en su gran mayoría -86%- indican realizar alguna actividad física, donde los que destacan son: ir al gimnasio, caminar, ciclismo, baile, entre otros, esto no tiene relación con varios estudios que al contrario han evidenciado que la población costarricense realiza poco ejercicio. Una encuesta estadística del 2016 mide la intensidad de la actividad física en la población y los resultados mostraron que 7% de los costarricenses (de 18 años o más) practican actividades físicas con una intensidad alta y 28% una moderada. El resto, es decir, 65%, mostró un nivel de actividad física que los clasifica como inactivos o sedentarios (UCR, 2016).

Por otra parte, según el grado educativo de la muestra en estudio, la mayoría indica tener un grado universitario y, por ende, se esperaría que las prácticas para mejorar la composición física sean óptimas.

Ahora bien, para poder establecer si el acceso a redes sociales, sitios web o aplicaciones sobre alimentación y actividad física repercute sobre el comportamiento alimentario y actividad física, se relacionaron las variables. En primer lugar, considerando que el 100% de las personas utilizan estos medios y que el 90% busca información sobre alimentación y salud en las redes, se evalúa los hábitos alimenticios con la frecuencia de veces semanales que una persona accede estos sitios en busca de estos consejos, donde los resultados indican relación estadísticamente significativa entre los parámetros medidos.

En primera instancia, el resultado al relacionar el comportamiento de los tiempos de comida en función de la cantidad de veces semanales que la persona accede a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación, muestra que las personas que más acceden a las redes sociales por semana realizan más tiempos de comida, la mayoría presenta entre 5 y 6 tiempos de comida

al día, esto no tiene relación con ningún estudio realizado ya que no se ha evidenciado estudios que calculen los tiempos de comida con la frecuencia de acceso a búsqueda de información de alimentación en las redes, pero se valora lo dicho por Córdoba (2015), quien indica que la adicción al uso de las redes sociales crea una gran influencia en los jóvenes, ya que en innumerables ocasiones llegan a modificar sus hábitos y formas de vida, aunque no sea de manera explícita, a través de internet se recibe patrones de comportamiento, conductas por seguir y recomendaciones, que pueden llegar a ser positivos (Samaro & Orozco, 2013).

Además, otros estudios indican que las redes sociales también son beneficiosas para los pacientes, ya que reciben estímulo y recordatorios permanentes de tiempos de comida, de lo que tienen que ir modificando, de manera divertida, ejemplificadora, práctica y actualizada, aportándoles ideas y recetas e incitándolos a seguir y generando más éxito en el largo camino que han emprendido (Carrera, Longato, Masci & Mendoza, 2016).

Respecto al consumo de agua, se observa que conforme mayor es el acceso a redes, mayor es el consumo de agua. Según (Hartmann, 2013), muchas personas buscan aplicaciones que les ayuden a mantener una dieta más sana y variada complementando el consumo adecuado de agua, generando un impacto positivo. Esto tiene relación con el estudio ya que al analizar las aplicaciones descargadas por las personas en estudio se logra evidenciar que hay aplicaciones que fomentan el consumo de agua durante el día, como lo es MyfitnesPal o Yazio, muchas de ellas funcionan como un juego donde, por cada cantidad de agua que beba e introduzca en el sistema, va ganando recompensas. Otros son mucho más simples y permiten llevar el conteo de vasos diarios.

Respecto al consumo de alimentos, la prueba estadística detecta evidencia a favor de una asociación entre el acceso a redes sociales y el haber dejado de consumir algún tipo de alimento, esto relacionado con la influencia generada por la información adquirida del internet, Profundizando estos datos, nace la incertidumbre de cuáles alimentos podrían haber dejado de comer las personas en estudio por influencia de estos, ya que se podría presentar problemas en la salud si no hay un asesoramiento adecuado, como se evidencia en un caso reciente donde una *influencer* seguida por la población en estudio, la cual promueve el veganismo, después de tanto tiempo motivar a realizar este tipo de alimentación, explica que los últimos años ha presentado problemas en su salud, anemia, deficiencias nutricionales que empeoraron aún más por el ayuno y ahora con una microbiota alterada que pudo haber causado una infección en el intestino delgado, además de amenorrea, escondiendo así lo sucedido a sus seguidores, influyendo de manera perjudicial; por ello es importante entender que la alimentación debe ser individualizada y supervisada por especialistas (Pernett, 2016).

Ahora bien, al analizar las frecuencias de consumo de distintos grupos de alimentos contra la frecuencia de acceso a redes sociales no se encuentra evidencia de un consumo diferenciado. Sin embargo, al utilizar las respuestas de la frecuencia de consumo de alimentos fuera del hogar se halla que las personas que nunca acceden a redes sociales en busca de consejos de salud o alimentación, tienden a comer con mayor frecuencia alimentos fuera del hogar.

(Ubaque & Bohórquez, 2014) mencionan: “el mundo digital está siendo parte sustancial del universo mediático, no se han quedado atrás en la búsqueda de soluciones para la problemática de los malos hábitos que deterioran la salud, por el contrario, han contribuido a crear una cultura, aconsejando e informando a las personas sobre una alimentación saludable y diferentes maneras

de cuidar el cuerpo para evitar los factores de riesgo”, lo que refuerza una vez más los resultados obtenidos.

Además al estudiar las posibles relaciones entre la frecuencia de acceso a redes sociales y el realizar actividad física, no se detecta evidencia a favor que las personas que busquen este tipo de información realicen mayor actividad física, contra aquellos que no accedan a este tipo de información en las redes; sin embargo al evaluar la distribución de acuerdo con el tiempo que dedican las personas a realizar actividad física, se demuestra que las personas que acceden a redes sociales al menos una vez a la semana tienden a dedicar un lapso mayor a ejercitarse que las personas que nunca acceden a redes sociales,

Sinan Aral y Christos Nicolaides, investigadores del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, por sus siglas en inglés), se cuestionan sobre un tema en concreto: ¿pueden los cientos de miles de fotos y publicaciones sobre estilos de vida saludables que día a día se suben a Facebook e Instagram ser un incentivo para que las personas, por ejemplo, decidan comenzar a hacer ejercicio? La respuesta que hallaron fue: sí. Y concretamente, que el ejercicio es contagioso cuando se muestra en redes sociales y puede motivar a otros a practicar actividades físicas, según explicaron en un estudio publicado en *Nature Communications*, que incluyó el seguimiento durante cinco años a más de un millón de jóvenes (Aral & Nicolaides, 2017).

Juan Cubaque, *coach* deportivo colombiano con 28 años de experiencia, se atreve a confirmar que, efectivamente, las redes sociales tienen una capacidad seductora para personas interesadas en el mundo *fitness*, al punto que una imagen compartida puede ser decisiva para que alguien se decida ingresar a un gimnasio (Mccown, 2015).

Así mismo, al ver la relación existente entre la frecuencia en que las personas acceden a las redes sociales y si se han sentido influenciadas a realizar ejercicio o actividad física, se observa que las personas que acceden al menos una vez por semana en busca de dichos consejos se han sentido influenciadas en una proporción del 71% , lo que detecta evidencia a favor, una vez más, de una asociación entre el acceso a redes sociales e influencia a realizar actividad física.

Finalmente, se considera evaluar la idoneidad de la población en estudio, de pagar un programa de alimentación o salud promovido por las redes sociales y aplicaciones móviles que resulta ser a favor de este, donde se denota que cuanto mayor es el ingreso económico, mayor disposición de pagar estos programas, lo que permite ampliar la perspectiva del movimiento que toda esta plataforma digital está haciendo.

No se puede seguir hablando de comercio electrónico y comercio tradicional. Hoy todo negocio debe apoyarse en las tecnologías digitales, dijo Dennis Céspedes, del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX, 2018).

Toda esta investigación permite evidenciar que la influencia de las redes sociales es real, Las redes sociales en la actualidad tienen la capacidad para influenciar a millones de personas. Según el análisis de campo realizado, es posible afirmar que todas las personas que llegan a seguir a líderes de salud, páginas o aplicaciones, han seguido los consejos e ideas, porque al seguirlos están esperando información de ellos y confían en sus conocimientos, así mismo las personas que quieren comenzar un cambio en su vida se dirigen a buscar este tipo de líderes en Instagram que puedan aportarles información y motivación para su proceso.

Por tanto, los medios digitales de comunicación masiva han logrado influenciar a las personas y tener cercanía con mucha información “Cuando tenemos acceso para conectarnos con otros

por telecomunicación, nuestro entorno social nunca vuelve a ser el mismo. El lenguaje también es un medio de percepción que nos permite mirar al mundo de manera abstracta y compartir conocimiento social y generacional” (Mccown, 2015). Siendo así se puede ver la importancia de las redes sociales en la actualidad, y los efectos que han generado en esta sociedad; cada vez ha sido mayor el impacto y la transmisión de información es inmediata.

Lo mencionado debería ser considerado por los profesionales de la salud tanto a la hora de abordar las consultas como en el manejo de las cuentas que poseen, Además esto debería ser tomado en cuenta aún más ya que los usuarios de las redes que conformaron esta muestra valoran la importancia de que sea un profesional de la salud quien dirija las cuentas. Por lo tanto, los profesionales podrían explotar este campo, ya que es una oportunidad para realizar educación alimentaria-nutricional y mejorar la salud de la población en general.

Tomando en cuenta que no hay un fiscalizador a nivel mundial que regule que las personas que brindan información sean profesionales en el área de salud, sería importante que los nutricionistas empiecen a tomar ventaja y se capaciten de manera que tengan la disponibilidad y conocimiento de *marketing* a través de estas redes, y se vuelvan accesibles y disponibles para las personas que buscan información nutricional a través de las plataformas electrónicas.

Como menciona Serrano Falcón, los profesionales de la salud deben estar capacitados y tener las habilidades necesarias en comunicación digital para generar contenidos de calidad, originales, actualizados y que aseguren la fiabilidad y veracidad de la información aportada. Sin la colaboración de un profesional de la salud, la gestión de contenidos sería pobre y la mayoría de las veces, sesgada. De esta forma, podrían conseguirse nuevos usos de difusión del conocimiento y la información, beneficiosos tanto para su situación profesional, como para la población general (Falcón, 2013).

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El último capítulo de la investigación fundamenta las respuestas de los objetivos planteados al inicio del documento. En primer lugar, se abordan las conclusiones

6.1 Conclusiones

De acuerdo con el análisis de campo realizado, es posible afirmar que las redes sociales y la nutrición tienen en común despertar la curiosidad y el interés de la sociedad, generando un impacto importante en los hábitos alimentarios y actividad física de los jóvenes y adultos, modificando la manera en que se consigue la información necesaria para tener un estilo de vida saludable.

El estudio de las características sociodemográficas de la muestra revela que esta se encuentra bien balanceada de acuerdo con el sexo y los grupos de edad de interés; además, se observa que en su mayoría representa una población de personas relativamente jóvenes, donde las edades oscilan entre 18 y 39 años. Se debe resaltar que las personas entrevistadas pertenecen en su mayoría a un segmento de población con altos indicadores de escolaridad y niveles medio-altos de ingreso.

Referente a los sitios web y aplicaciones más utilizadas, se logra evidenciar que el 90% de la población busca información de salud y nutrición al menos una vez a la semana utilizando Facebook e Instagram, donde predominan líderes conocidos por el contenido que aportan, influyendo así en la población al momento de elección y consumo de alimentos y la realización de actividad física.

En cuanto a los hábitos alimentarios, se observa, en general, que la mayoría de las personas realizan entre 3 y 4 tiempos de comida diarios, indican que en su alimentación predomina la

ingesta de frutas y verduras, lácteos y carnes, mientras que los grupos de alimentos que menos se consumen son las gaseosas, golosinas y comidas rápidas, concluyendo, de manera general se muestra que la población presenta una alimentación saludable.

Al relacionar la frecuencia de acceso a redes sociales en busca de consejos sobre salud o alimentación y las diversas preguntas sobre hábitos alimentarios, es claro que hay suficiente evidencia como para afirmar que las redes sociales influyen sobre el comportamiento alimenticio de manera positiva en este estudio.

Finalmente, la actividad física de la muestra es mayoritaria, las personas indican ir al gimnasio, caminar, practicar ciclismo, entre otras actividades, De la misma forma que en el punto anterior, se concluye que la frecuencia de acceso a redes sociales en busca de consejos sobre salud o alimentación y las diversas preguntas sobre actividad física influyen sobre la motivación de las personas a realizar ejercicio, y están dispuestos a pagar un programa promovido por esta plataforma.

6.2 Recomendaciones

1. Establecer las ventajas y desventajas del uso de redes sociales como método de educación alimentaria-nutricional.
2. Analizar los tipos de alimentos que la población ha eliminado o implementado por influencia de los líderes en la red, así como sus consecuencias.
3. Establecer diferencias del tipo de información y *marketing* brindado entre las cuentas pertenecientes a profesionales y no profesionales de la salud, de manera que permita medir su efectividad entre los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Arab & Díaz. (2014). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. Ecuador.
- Aral, S. & Nicolaidis, C. (2017). Obtenido de El impacto de las redes sociales sobre el ejercicio. Obtenido de <https://www.nature.com/articles/ncomms14753>
- Benarroch, A. & Pérez, S. (2011). *Hábitos e ingestas alimentarias en los jóvenes*. España.
- Buitrago, A. (2018). *El valor de los influencers de alimentación saludable en instagram*. Segovia.
- Cañedo, A. (2016). *Aproximaciones para una historia de Internet*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000100005&lng=es.
- Carrera, M. L.; Longato, M.; Masci, C. & Mendoza, D. (Noviembre de 2016). *El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional*. Argentina: Escuela de Nutrición, Universidad de Buenos Aires. Obtenido de Escuela de Nutrición, Universidad de Buenos Aires.
- CCSS. (11 de 10 de 2018). *App del Expediente Digital de la Caja es la más descargada en categoría Salud y Bienestar en tienda Android*. Obtenido de <https://www.ccss.sa.cr/noticia?app-del-expediente-digital-de-la-caja-es-la-mas-descargada-en-categoria-salud-y-bienesta>
- Celeste, M. B. (2016). *El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional*. Obtenido de <http://www.fmed.uba.ar/escuelanutricion/revistani/pdf/17b/otn/747c.pdf>

- Colás, P.; González, T. & Pablos, J. (2013). *Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes*. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/24622>
- COMEX. (2018). *Movimiento de redes sociales en el mercado*.
- Córdoba, F. (2015). *Redes sociales, imagen corporal y alimentación*. Obtenido de www.uco.es/servicios/dgppa/images/prevencion/imagen%20y%20salud/Pilar%20Aparicio%20Martínez-%20salud%20y%20alimentación.pdf
- Días, D. A. (2015). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. España: Revista Clínica Las Condes.
- Excélsior. (2017). *Pertenecer a grupos de redes sociales motiva a hábitos saludables*. Obtenido de Periodico Central.
- Falcón, M. S. (Junio de 2013). *El papel del médico en el marketing de contenidos sanitarios, Rev Esp Comun Salud*. Obtenido de http://www.aecs.es/4_2_6.pdf
- FEN. (2014). *Encuesta de nutrición de la comunidad de Madrid*. Obtenido de http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/observatorio/ENUCAM_2014.pdf
- Fragueiro, S. (2015). *Las mujeres lideran la revolución de las redes sociales*. Obtenido de International Journal of Psychology and Psychological Therapy: <http://www.redalyc.org/html/560/56050302/>
- Frontera, C. &. (2007). *Hábitos alimenticios, pautas y recetas para evitar la obesidad*. Madrid.
- García. (2013). *Evaluación de la conducta alimentaria de riesgo*. Obtenido de International Journal of Psychology and Psychological Therapy.

Glogar, A. (07 de abril de 2017). *¿Han cambiado las redes sociales nuestra mirada fotográfica?*

Obtenido de <http://www.aloisglogar.es/han-cambiado-las-redes-socialesnuestra-mirada-fotografica/>

Gold, J. & Alisa Pedrana, R. S.-D. (2011). *A systematic examination of the use of Online social networking sites for sexual health promotion*. Australia.

Hartmann. (2013). *Las redes sociales y los hábitos alimenticios de los americanoS*. Obtenido

de <http://noticias.porcisan.es/las-redes-sociales-y-los-habitos-alimenticios-de-losamericanos/>

Health, G. (1 de marzo de 2015). *Dietary quality among men and women in 187 countries in*

1990 and 2015: a systematic assessment. Obtenido de [https://www.thelancet.com/journals/langlo/article/PIIS2214-109X\(14\)70381-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/langlo/article/PIIS2214-109X(14)70381-X/fulltext)

IAB. (2017). *Estudio Anual de Redes Sociales*. Obtenido de https://iabspain.es/wp-content/uploads/iab_estudioredessociales_2017_vreducida.pdf

INEC. (2014). *Encuesta de Empleo y Subempleo*. Costa Rica.

INTAL. (2016). *Paraguay, Costa Rica, Uruguay y México: los países de Latinoamérica donde*

más se usan las redes sociales. Obtenido de https://elpais.com/internacional/2016/12/30/actualidad/1483055106_448456.html

Jiménez, T. M. (29 de setiembre de 2018). *Redes sociales en prevención y promoción de la*

salud. Obtenido de Una revisión de la actualidad. AECS. 2015: http://www.aecs.es/6_1_6.pdf

- Katz, M. (2018). *Redes sociales y salud: cuando internet funciona como disparador de hábitos saludables*. Obtenido de <https://www.infobae.com/salud/2018/02/06/redes-sociales-y-salud-cuando-internet-funciona-como-disparador-de-habitos-saludables/>
- Marín, J. (2011). *Valores mediáticos del deportista profesional en la publicidad. Análisis comparativo entre Rafa Nadal y Gemma Mengual*. Obtenido de http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n8/articulos/A3_Valores_mediaticos_del_deportista_profesional_en_la_publicidad_analisis_comparativo_entre_rafa_nada_y_gemma_mengual.pdf
- Mccown, S. (18 de mayo de 2015). *Impacto de las redes sociales en el sector salud*. Obtenido de <https://socialmediaeninvestigacion.com/impacto-redes-sociales-salud/>
- Molina, G. (30 de setiembre de 2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- OMS. (20 de setiembre de 2018). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Obtenido de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>
- Orozco, S. (2013). *¿Influyen el Internet, las redes sociales electrónicas y otras herramientas educativas en el desarrollo de anorexia y bulimia?*
- Padilla, M. (2015). Obtenido de <https://www.webandmacros.com/webestatica.htm>
- Pedraz, C. (2016). *Investigan la influencia de las redes sociales en el consumo de alcohol en jóvenes*. Obtenido de Universidad de León .

- Perez, L. (15 de mayo de 17). *Hospital Civil de Guadalajara*. Obtenido de <http://yucatan.com.mx/salud/las-redes-socialesafectan-la-nutricion>
- Pernett, J. (2016). *Tendencias en el uso de Internet como fuente de información sobre salud*. <http://www.redalyc.org/pdf/790/79000411.pdf>.
- Portilla, L. G. (2016). *En los adolescentes Se comprueba influencia social en los hábitos alimentarios*. Costa Rica: Seminario Universitario.
- Ramos, N. A. & Marques, M. (abril de 2015). Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v14n38/revision1.pdf>
- Ramos, N. A., & Sánchez, M. M. (abril de 2015). *La red social del adolescente: la influencia de la amistad en el desarrollo de hábitos obesogénicos*. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v14n38/revision1.pdf>
- Rial, A., Gómez, P. & Varela, T. B. (2014). *Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega, España*. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282014000200028
- Rodríguez, J. Q. (2015). *Cómo entender al consumidor*. Guadalajara: Universitaria.
- Rodríguez, T. & Ballart, F. (3 de 06 de 2017). *Validación de un cuestionario de frecuencia de consumo alimentario corto: reproducibilidad y validez*. *Nutrición Hospitalaria*. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112008000300011&lng=#bajo

- Román, V. & Quintana., & M. (2014). *Nivel de influencia de los medios de comunicación sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos de un distrito de Lima*. Obtenido de <http://www.fmed.uba.ar/escuelanutricion/revistani/pdf/17b/otn/747c.pdf>
- S, A., Luna, G. & Navarro. L. (29 de setiembre de 2018). *Universidad Nacional de San Luis. Facultad de Ciencias Humanas*. Obtenido de Las Redes Sociales [Internet] <http://tecno.unsl.edu.ar/Tecno/Tecno%202-09/trabajos%20finales/Las%20Redes%20Sociales.pdf>
- Samaro, F. & Orozco, R. (2013). *¿Influyen el Internet, las redes sociales electrónicas y otras herramientas educativas en el desarrollo de anorexia y bulimia nerviosa? Revista Nutrición Clínica*, 38-42.
- Sánchez, B. (2016). *Evolución del marketink de influencers*. España.
- Serrano, C. & García, M. (2013). *Hábitos alimentarios y evaluación nutricional en una población universitaria*. Nutrición Hospitalaria.
- Suarez, R. (18 de junio de 2017). *El impacto de las redes sociales sobre el ejercicio*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/salud/redes-sociales-impactan-de-forma-positiva-la-actividad-fisica-100094>
- Tobey, L. (13 de setiembre de 2013). *Social Media and Nutrition Education: The Food Hero Experience*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/258501430_Social_Media_and_Nutrition_Education_The_Food_Hero_Experience

- Troncoso, C., & Amaya, J. P. (2016). *Factores sociales en las conductas alimentarias de estudiantes universitarios*. Chile: Revista Chilena de Nutrición.
- Ubaque, J. G., & Bohórquez, M. V. (2014). *Variables involucradas en la práctica individual y colectiva de hábitos saludables*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revsaludpublica/article/view/44817/61988>
- UCR. (12 de 2016). *Encuesta actualidades 2016*. Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2017/estadistica-encuesta-actualidades-2016-1-1.pdf>
- UNICEF. (2011). *Hábitos Alimenticios*. USA.
- Valente, T. (2016). *Las redes sociales ayudan a transmitir hábitos saludables*. Obtenido de <http://www.mdzol.com/nota/400358-las-redes-socialesayudan-a-transmitir-habitos-saludables/>
- Vermeren, I. (2016). *¿Quiénes son más activos en las redes sociales: los hombres o las mujeres? [estadísticas de redes sociales]*. Obtenido de Reserch Center's Internet Project.
- Vicente, J. M. (2013). *Prescripción de ejercicios de características aeróbicas sujetos sedentarios*. Obtenido de <https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/7723/18302385.pdf?sequence=1>

GLOSARIO Y ABREVIATURAS

ABREVIATURAS

CCSS: Caja Costarricense de Seguro Social

EDUS: Expediente Digital Único en Salud

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación,

FEN: Fundación Española de la Nutrición

IAB: Oficina de Publicidad Interactiva

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

INTAL: Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe

MIT: Instituto Tecnológico de Massachusetts

OMS: Organización Mundial de la Salud

UCR: Universidad de Costa Rica

ULE: Universidad de León

UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia

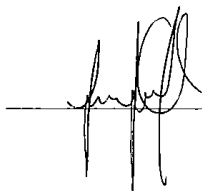
USC: Universidad del Sur de California

ANEXOS

Anexo N° 1. Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo Ana Castillo Gómez , mayor de edad, portador de la cédula de identidad 1-14120417 egresado de la carrera de Nutrición de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Nutrición, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado Influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, en los hábitos alimenticios y actividad física en los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 50 años, residentes de la provincia de San José, costa rica, 2018, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 15 días del mes de 04 del año dos mil 19



Firma del estudiante Cédula 1-14120417

Anexo N° 2. Carta de Aprobación de Tutor

San José, 16 de abril del 2019

Departamento de Registro
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Estimados señores:

La estudiante Ana Castillo Gómez, cédula de identidad número 1-14120417, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES, SITIOS WEB Y APLICACIONES MÓVILES, EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JOVENES Y ADULTOS ENTRE LAS EDADES DE 18 A 50 AÑOS, RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2018". el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Nutrición.

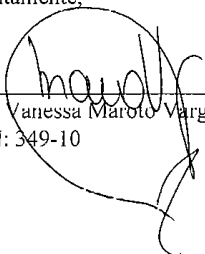
He verificado que se han incluido las observaciones y hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

Los resultados obtenidos por el postulante implican la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20
	TOTAL	100	100

Por consiguiente, se avala el traslado de la tesis al proceso de lectura.

Atentamente,


Dra. Vanessa Maroto Vargas
CPN: 549-10

Anexo N° 3. Carta de Aprobación de Lector

Cartago, 15 mayo, 2019

Departamento de registro

Carrera de Nutrición

Universidad Hispanoamericana

Estimados señores:

La estudiante Ana Castillo Gómez, cédula de identidad número 114120417, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES, SITIOS WEB Y APLICACIONES MÓVILES EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JÓVENES Y ADULTOS ENTRE LAS EDADES DE 18 A 50 AÑOS, RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2018"** el cual ha elaborado para optar por el grado de licenciatura en nutrición humana.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente, lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y el análisis de datos; la consistencia de los datos recopilados y, la coherencia entre estos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo tiene una nota 100 por lo que cuenta con mi aval para ser presentado en defensa pública. Atentamente


NUTRICIONISTA
CPN 442-10


Licda. Patricia Salazar Chinchilla, cédula 1-1239-0145
CPN: 442-10

Anexo N° 4. Carta de Aprobación de Filólogo

110

Anexo N° 4. Carta de Aprobación de Filólogo

26 de mayo del 2019

Señores
Universidad Hispanoamericana
Carrera de Nutrición

Estimados señores:

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: **Influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, en los hábitos alimenticios y actividad física en los jóvenes y adultos entre las edades de 18 a 50 años, residentes de la provincia de san José, Costa Rica, 2018**, elaborado por la estudiante Ana Castillo Gómez, para optar por el grado de Licenciatura en Nutrición.

Corregí el trabajo en aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Cordialmente,



Licda. Ginette Fonseca Vargas
Carné 10993
Colegio de Licenciados y Profesores en Artes y Letras

Anexo N° 5. Carta de Aprobación de Lugar de Investigación

6 de diciembre, 2018

Carolina Di Luca S.
Gerente de Desarrollo Humano, Grupo Trisan
Presente

Deseándole éxito en sus funciones, me dirijo a usted como estudiante de nutrición de la Universidad Hispanoamericana, con el fin de solicitarle cordialmente la autorización correspondiente como gerente de las instituciones Grupo Trisan y Laboratorios Laquinsa, para la realización de una encuesta a los trabajadores, la misma que es fundamental para ejecutar una investigación de la influencia que genera las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y actividad física de los trabajadores en este caso de Grupo Trisan, Laquinsa.

Esperando la autorización solicitada, anticipo mi agradecimiento

Atentamente,


Ana Castillo
Estudiante Nutrición





Carolina Di Luca
Gerente de Desarrollo

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

ESCUELA DE NUTRICIÓN

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Teléfono: (506) 2256-8197

Anexo N° 6 Consentimiento Informado

Título de la Investigación: Influencia que ejercen las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles sobre los hábitos alimenticios y actividad física en los jóvenes y adultos de 18 a 50 años, San José, Costa Rica.

Nombre del Investigador (a) Principal: Ana Castillo Gómez _____

Nombre del participante: _____

A. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN:

La investigación será realizada por Ana Castillo Gómez, actualmente estudiante de licenciatura en Nutrición de la Universidad Hispanoamericana ubicada en Barrio Aranjuez, San José – Costa Rica, con el fin de realizar el trabajo de tesis para optar por el grado de Licenciatura en Nutrición que tiene como objetivo: Determinar la influencia que generan las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y actividad física de los jóvenes y adultos residentes de la provincia de San José, Costa Rica, 2018.

B. ¿QUÉ SE HARÁ?:

1. A los trabajadores se les aplicará una encuesta que permitirá evaluar la influencia que generan las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimenticios y actividad física.
2. Los requisitos con los que debe contar el trabajador para participar de la investigación es tener de 18 a 50 años, saber leer, escribir.

3. Se espera que los trabajadores (as) que participen se comprometan con la investigación.
4. La participación de los trabajadores(as) tiene una duración de una hora aproximadamente.

C. **RIESGOS:** Por el tipo de investigación, no hay riesgo de afectar la salud de los participantes.

D. **BENEFICIOS:** El trabajador, como resultado de su participación en este estudio, obtendrá como beneficio mayor conocimiento de alimentación saludable, o aclaración de alguna consulta que se le presente.

E. Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber leído con detenimiento el consentimiento informado, y la investigadora Ana Castillo Gómez debe haber contestado de forma satisfactoria todas sus preguntas.

Si quisiera mayor información, puede obtenerla llamando al investigador a cargo al teléfono 6044-0406 o contactarla mediante el e-mail anitac861@gmail.com en el horario de lunes a viernes de 8 am a 5 pm. Cualquier consulta adicional puede comunicarse a la Universidad Hispanoamericana al teléfono 2256-8197, de lunes a viernes en el horario de 8 am a 5 pm.

F. Recibirá una copia de esta fórmula firmada para su uso personal.

G. Su participación en este estudio es voluntaria. Tiene el derecho **de negarse a participar o a interrumpir** su participación en cualquier momento.

H. Su participación en este estudio es confidencial, por lo que en caso de publicarse los resultados de esta investigación o divulgarse en una reunión científica, se garantiza estrictamente el anonimato de todas las personas participantes en el estudio.

I. No perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

He leído o se me ha leído toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de estudio en esta investigación.

Nombre, cédula y firma del sujeto (niños mayores de 12 años y adultos)
fecha

Nombre, cédula y firma del testigo (Jefa de Recursos Humanos)
Fecha

Nombre, cédula y firma del Investigador que solicita el consentimiento
Fecha

Anexo N° 7. Carta de Autorización de publicación CENIT

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 26 de julio de 2019.


Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) **CASTILLO GÓMEZ ANA** con número de identificación 114120417 autor (a) del trabajo de graduación titulado **"INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES, SITIOS WEB Y APLICACIONES MÓVILES EN LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS JÓVENES Y ADULTOS ENTRE LAS EDADES DE 18 A 50 AÑOS RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE SAN JOSE, COSTA RICA"**, presentado y aprobado en el año **2019** como requisito para optar por el título de Licenciatura en **Nutrición** ; **SI** autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,


1-14120417
Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

Anexo N° 8. Resultados de plan piloto

Los siguientes resultados del plan piloto tienen como fin verificar la validez del instrumento elaborado. Este anexo tiene como fin detallar los resultados encontrados en la muestra de estudio. En primer lugar, se exponen los resultados univariados.

Resultados univariados

A continuación, se presentan los resultados encontrados en cada una de las variables

Estudiadas.

Características sociodemográficas

En la siguiente sección se describe la distribución de la muestra del plan piloto según la situación Sociodemográfica.

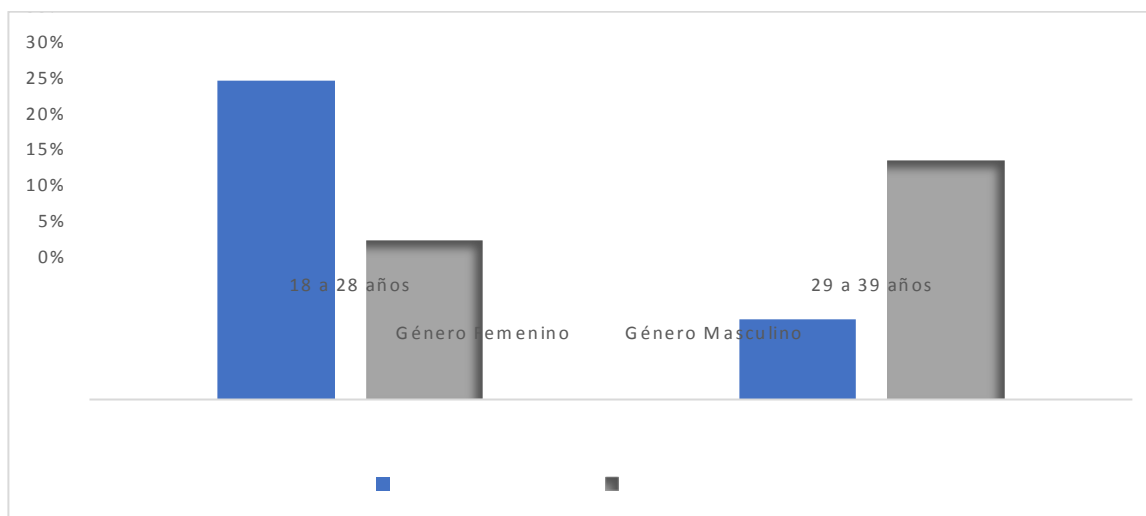


Figura N.º 1 Clasificación de edad según género de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se realiza una clasificación de la población según su rango de edad y el sexo, el cual muestra que, dentro del rango de edad de 18 a 28 años, el 40% corresponde a género femenino y un 20%

al sexo masculino, mientras que los que pertenecen al rango de edad de 29 a 39 años corresponden 30% hombres y 10% mujeres.

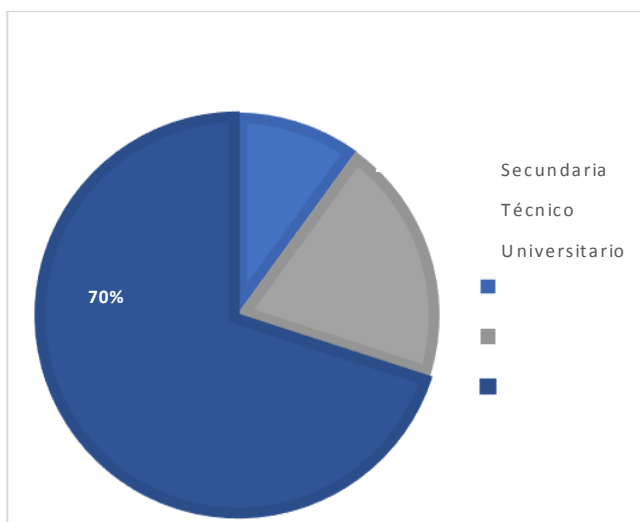


Figura N.º 2 Clasificación según grado de escolaridad de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se realiza una clasificación según grado de escolaridad de los participantes del plan piloto, la mayoría -70%- son universitarios, 20% nivel técnico y finalmente un 10% de secundaria.

Tabla N.º 1

Clasificación según ingreso mensual y lugar de residencia de los participantes de la prueba plan piloto de la investigación

Ingreso Mensual	Lugar de Residencia		Total Ingresos	Interpretación
	Heredia	San José		
¢350.000 o menos	0	1	1	10%
¢350.000 a 500.000	0	3	3	30%
¢500.000 a 1.000.000	0	2	2	20%
¢1.000,000 o más	1	3	4	40%
Total General	1	9	10	100%

Elaboración propia, 2018.

En la tabla anterior se demuestra que el 40% (n=4) de la población presenta un ingreso de un millón mensual o más, de las cuales el 10% residen en Heredia y el 30% en San José, el 30% (n=3) presenta un ingreso de 350.000 colones a 500.000 colones donde el 100% de ellos reside en San José, el 20% (n=2) de la población presenta un salario de 500.000 a 1.000.000 colones, de los cuales este total reside en San José y finalmente solo un 10% presenta una ganancia de 350.000 colones o menos.

Hábitos Alimentarios

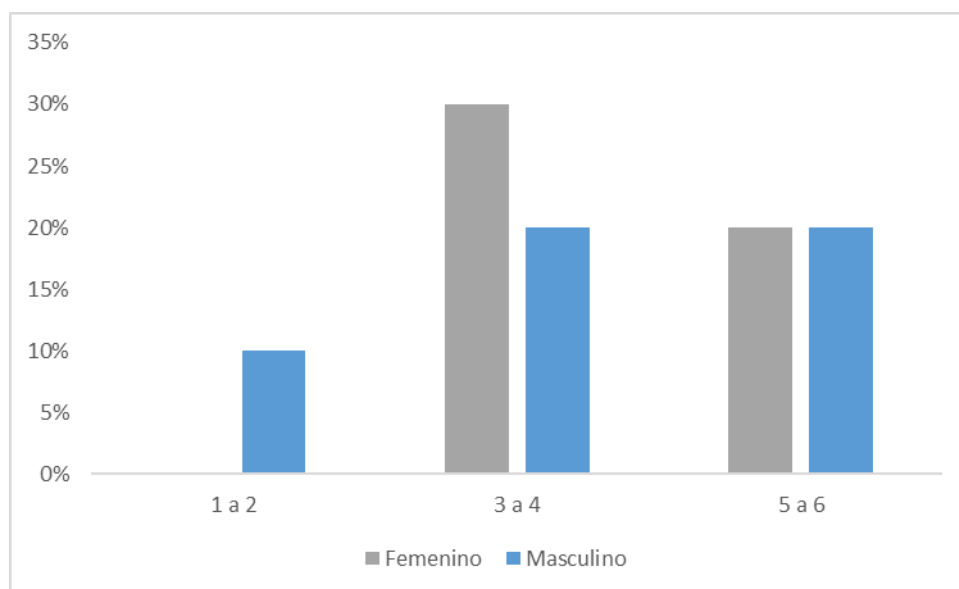


Figura N.º 3 Cantidad de tiempos de comida al día, según género de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 3 se observa la cantidad de tiempos de comida al día realizados según género, de los cuales un 10% de los hombres (n=1) reporta un consumo de 1 a 2 tiempos de comida al día, el 50% presenta un consumo de 3 a 4 tiempos de comida, de los cuales el 30% corresponde a hombres y el 20% mujeres. Finalmente, el 20% tanto hombres como mujeres indica consumir de 5 a 6 tiempos de comida diarios, completando el 40% restante.

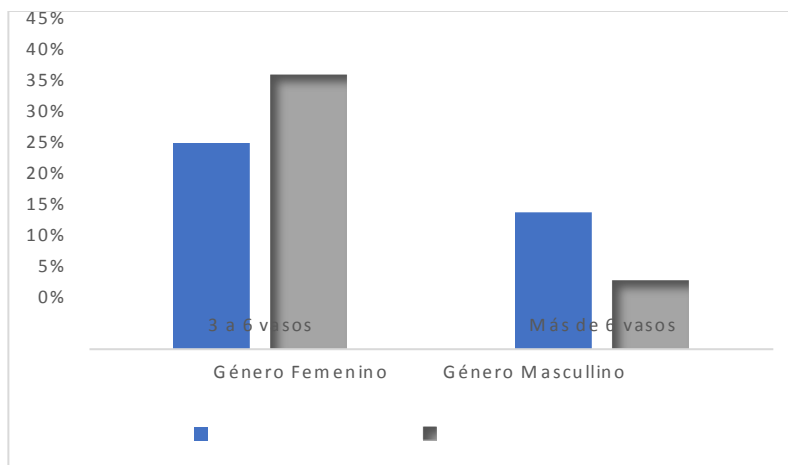
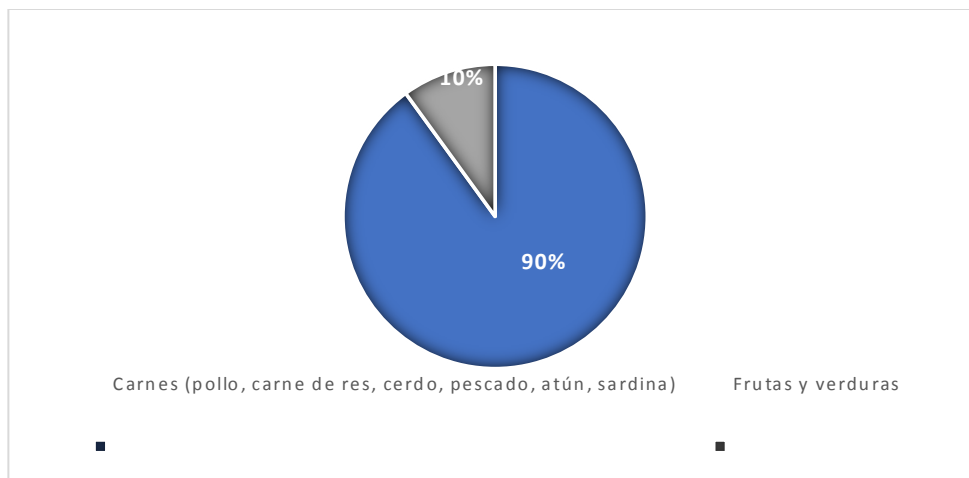


Figura N.º 4 Consumo de agua diaria de los participantes según género de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se clasifican los participantes que consumen agua diariamente, donde el 100% de ellos indicó sí tomar agua, la cantidad de vasos de agua consumidos diariamente, un 70% (n=7) de la muestra consume de 3 a 6 vasos de agua al día, de los cuales el 40% corresponde masculinos y un 30% femeninos, mientras que el 30% (n=3) de ellos indican consumir más de 6 vasos de agua diarios, de los cuales 20% son mujeres y 10% hombres, lo que indica que las mujeres consumen mayor cantidad de agua que los hombres.



*Figura N.º 5 Preferencia alimentaria de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación
Elaboración propia (2018).*

En la Figura N.º 5 se puede apreciar que los alimentos de mayor preferencia se concentran en carnes tales como pollo, res, cerdo, pescado, atún y sardina, seguida de frutas y verduras.

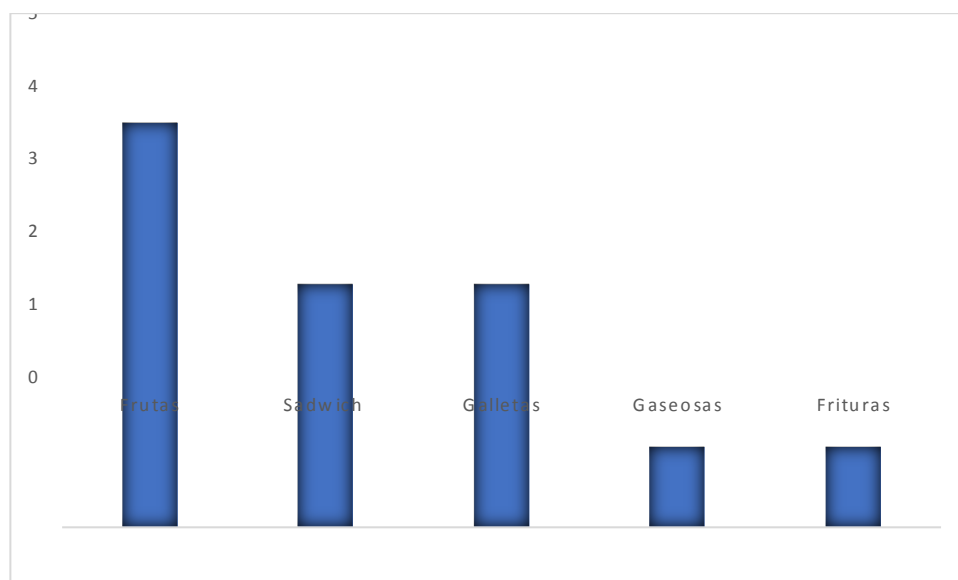


Figura N.º 6 Alimentos de mayor consumo de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018)

En la Figura N.º 6 se puede apreciar que los alimentos de mayor consumo se concentran en frutas, seguidas de sándwich y galletas, en menor consumo frituras, gaseosas y finalmente se evidencia que no hay consumo de yogurt y repostería en la población estudiada.

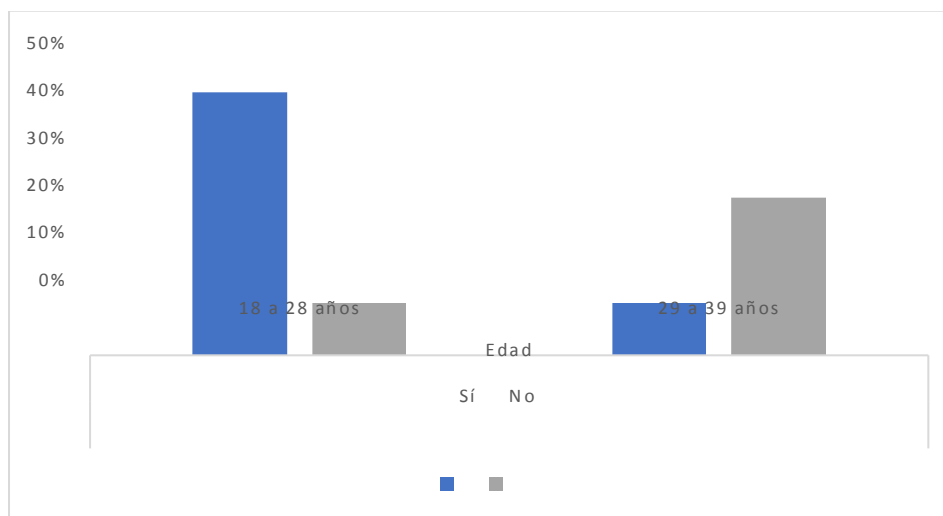
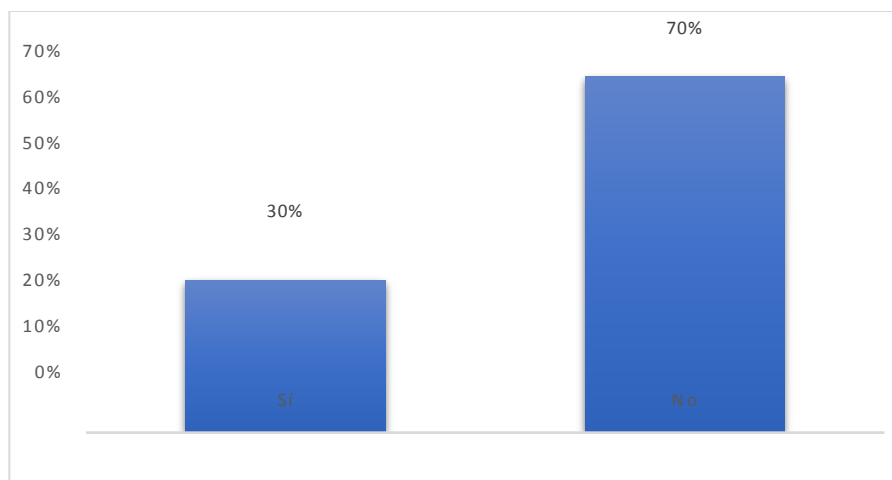


Figura N.º 7 Consumo de bebidas alcohólicas según edad de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se realiza una clasificación de la población que consume bebidas alcohólicas, donde se observa que del 60% de los participantes que tienen entre 18 a 28 años el 50% (n=5) indica consumir bebidas alcohólicas mientras que en este rango de edad solamente el 10% (n=1) indica no consumir estas bebidas, por otra parte de la población que presenta edades entre 29 a 39 años el 10% señala sí consumir bebidas alcohólicas, mientras que el 30% reporta no consumo.



*Figura N.º 8 Consumo de azúcar de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación
Elaboración propia (2018).*

En la Figura N.º 8 se evidencia que el 70% de la población dijo consumir azúcar, mientras que los que no consumen representan un 30% de la población total.

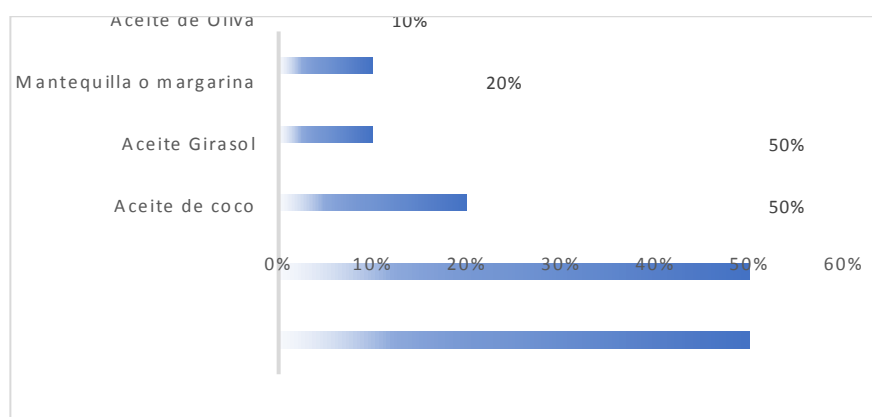


Figura N.º 9 Tipo de aceite para cocción de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 9 se puede apreciar que los consumos más altos en aceites para cocción corresponden a aceite de girasol y de coco, seguidos de mantequilla y margarina y además se evidencia una baja utilización de aceite de canola, representando un 10% de la población total.

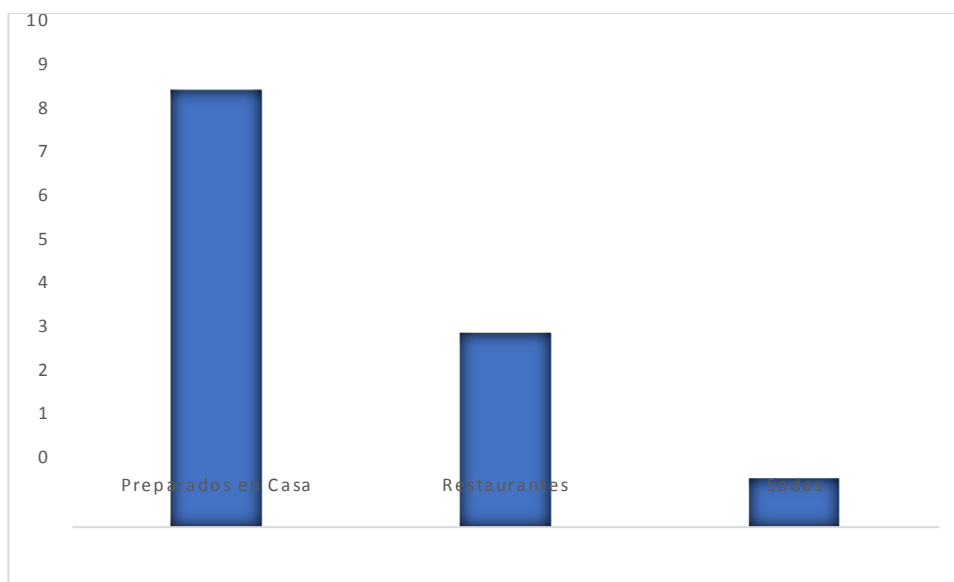


Figura N.º 10 Consumo de la mayor parte de las comidas por parte de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se observa que el consumo de la mayor parte de las comidas realizadas durante el día por parte de la muestra de plan piloto (n=9) indican consumir alimentos preparados en casa y en restaurante, solamente 1 persona (10%) reporta consumir en sodas y ninguno consume alimentos de venta en supermercado.

Tabla N.º 2

Autoevaluación de hábitos alimenticios según género de los participantes de la prueba plan piloto de la investigación

Hábitos Alimenticios				Total General	
Autoevaluación	Femenino		Masculino		
	n	%	n	%	
Buenos	2	20%	3	30%	50%
Regulares	3	30%	2	20%	50%
Total General					100%

Elaboración propia, 2018.

En la Tabla N.º 2 se observa que el 100% de la población estudiada califica sus hábitos alimenticios en dos categorías, siendo estos buenos y regulares, el 50% que indican ser buenos corresponde a 20% mujeres y el 30% hombres, mientras que el otro 50% de la población indica presentar hábitos alimenticios regulares representando un 30% de sexo femenino y 20% de sexo masculino. Ningún participante clasifica sus hábitos como excelentes o malos.

Tabla N.º 3

Frecuencia de consumo de alimentos de los participantes de la prueba plan piloto de la investigación

Frecuencia	Frutas y vegetales		Leche, yogurt y queso		Carnes (pollo, res, pescado y atún)		Embutidos		Gaseosas y jugos procesados		Golosinas, bolsas de snacks, o bollería industrial		Cuántos días a la semana acostumbra comer fuera de casa		Con qué frecuencia consume comida rápida	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Todos los días	4	40%	2	20%	9	90%	1	10%	-	-	-	-	1	10%	-	-
4 a 5 veces por semana	2	20%	3	30%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 a 3 veces por semana	2	20%	3	30%	1	10%	5	50%	1	10%	3	30%	5	50%	2	20%
1 vez a la semana	2	20%	2	20%	-	-	3	30%	8	80%	6	60%	3	30%	7	70%
No consumo	-	-	-	-	-	-	1	10%	1	10%	1	10%	1	10%	1	10%
Total	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%	10	100%

Elaboración propia, 2018.

En la Tabla N.º 3 se puede apreciar la frecuencia de consumo de la población estudiada, se puede resaltar que el 90% de la población indica consumir todos los días carnes de origen animal, el 50% de la muestra consume embutidos 2 a 3 veces por semana, al igual que aquellos que consumen fuera de casa, y el 70% de la muestra indica consumir comida rápida 1 vez a la semana.

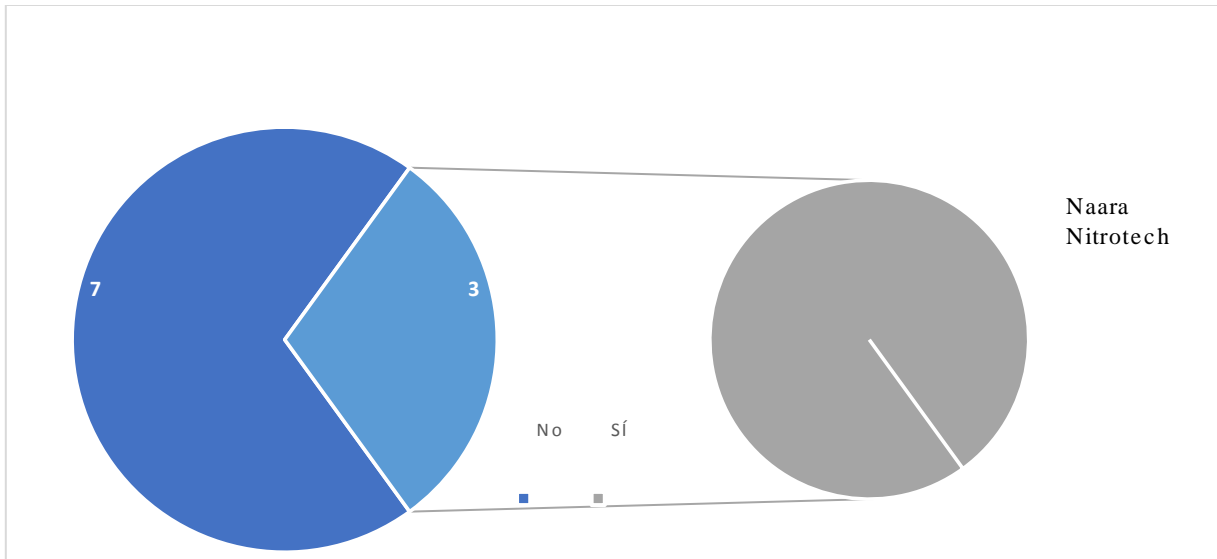


Figura N.º 11 Consumo de suplemento nutricional por parte de los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 11 se puede apreciar que del 100% de la muestra, siete personas indicaron no consumir ningún suplemento nutricional, lo cual representa la mayor parte de la población, mientras que solamente 3 personas refieren consumir suplementos diarios tales como colágeno, proteína en polvo y creatina.

Actividad física y deporte

De la muestra obtenida (n=10) se tiene como resultado que el 100% afirmó realizar actividades físicas, donde el 50% de ellos indican realizar más de un tipo de actividad.

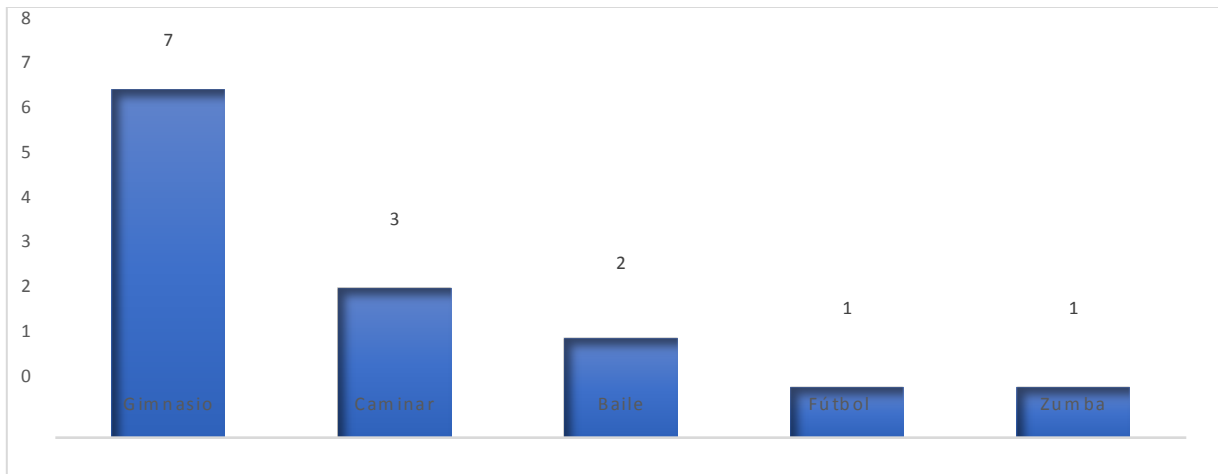


Figura N.º 12 Tipo de actividad física o deporte que realizan los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 12 se observa que parte de la población realiza más de una actividad física y dentro de las actividades realizadas, predomina la asistencia al gimnasio, seguido de caminar, el 20% (n=2) de la población indica bailar como parte de sus actividades diarias y por último, representando un 10% de la población, realizan zumba y fútbol.

Tabla N.º 4
Frecuencia de actividad física según género de los participantes de la prueba plan piloto de la
investigación

Frecuencia de Actividad Física	Femenino		Masculino		Total General
	Absoluto	%	Absoluto	%	
1 a 2 días por semana	1	10%	0	0%	10%
3 a 4 días por semana	4	40%	3	30%	70%
Más de 5 días a la semana	0	0%	2	20%	20%
Total general	5	50%	5	50%	100%

Elaboración propia, 2018

En la tabla anterior se observa que el 70% de la población realiza actividad física de 3 a 4 veces por semana, lo cual corresponde a 4 mujeres y 3 hombres que representan esta categoría, el 20% de la población total indica realizar 5 días o más actividad física el cual 100% de esta categoría está representada por el género masculino y finalmente solo el 10% (n=1) de género femenino indica efectuar 1 a 2 veces por semana actividad física o deportes.

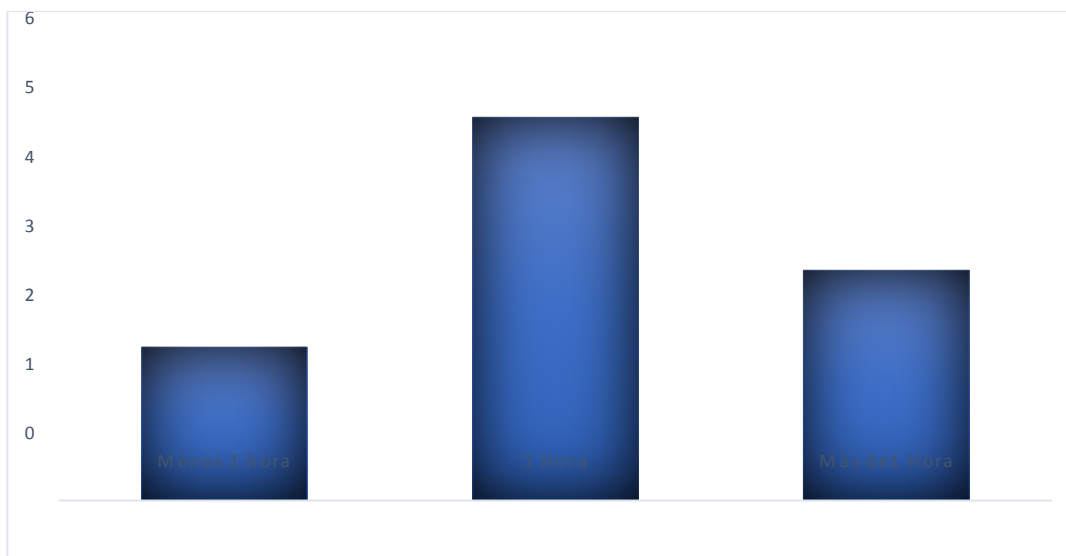


Figura N.º 13 Tiempo dedicado a realizar actividad física o deporte los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se observa la cantidad de tiempo que dedica la población a realizar actividad física, de los cuales el 50% (n=5) indica realizar una hora, el 30% (n=3), más de una hora y el 20% (n=2), menos de una hora.

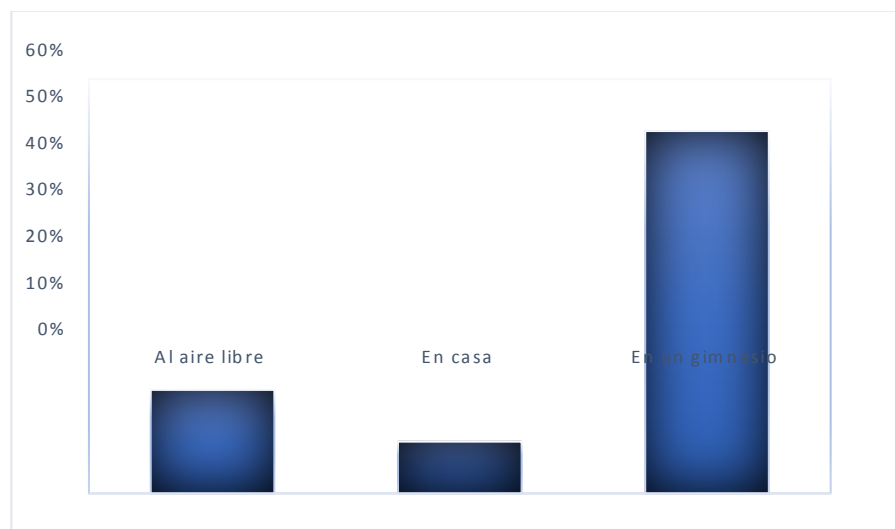


Figura N.º 14 Lugar donde realizan actividad física o deporte los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se aprecia que el 70% de la población prefiere realizar actividad física en un gimnasio deportivo, el 20% al aire libre y finalmente el 10% de la población indica realizar actividad física en la casa.

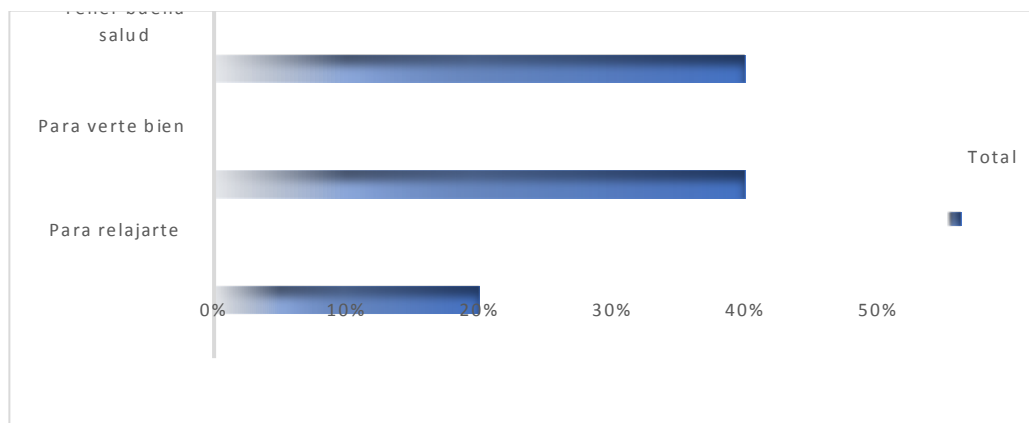


Figura N.º 15 Motivo por el que realizan actividad física o deporte los participantes de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se aprecia que el 40% de la población indica que el motivo por el cual realizan actividad física es con el fin de tener buena salud y verse bien, mientras que el otro 20% refiere hacerlo para relajarse.

Redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles

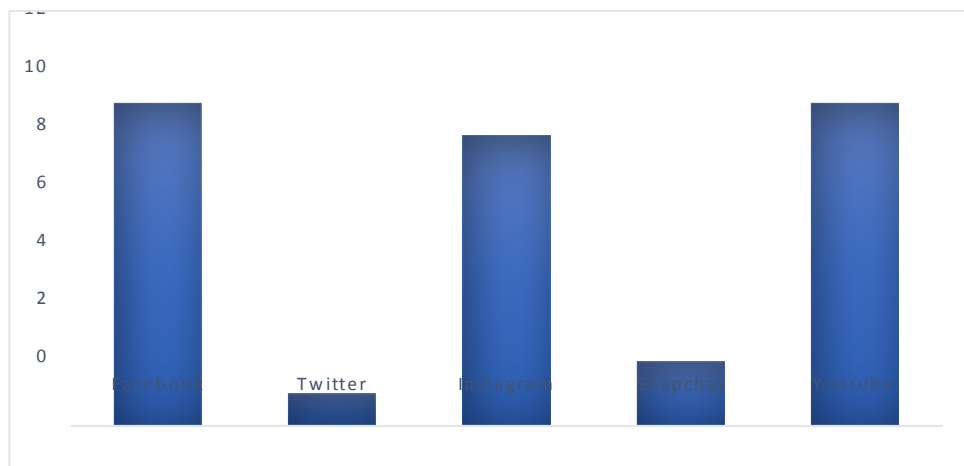


Figura N.º 16 Redes Sociales de mayor uso por parte de participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se evidencia que las redes sociales de mayor uso corresponden a Facebook y YouTube, que representan el 100% de la población que las maneja, seguido de Instagram, el cual simboliza el 90% de las personas que hacen uso de esta red y por último se destaca que Snapchat y Twitter son las redes sociales de menor uso por parte de esta población estudiada.



Figura N.º 17 Frecuencia de uso de redes sociales por parte de participantes de la prueba de plan piloto de la investigación.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se estudia la frecuencia de uso de redes sociales por parte de la muestra de plan piloto, el cual se destaca que de 10 personas, 8 utilizan las redes sociales todos los días y solamente 2 de 4 a 5 veces por semana.

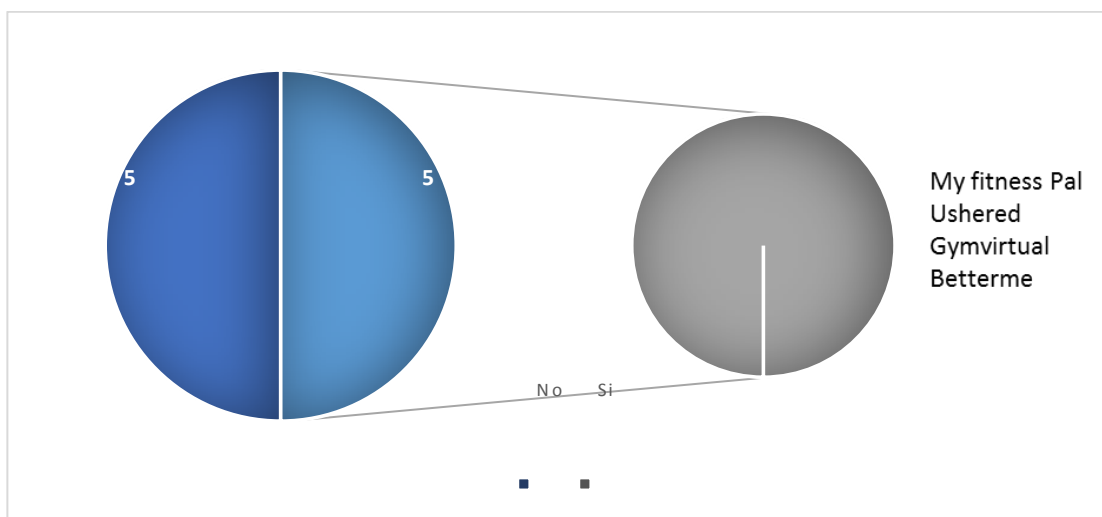


Figura N.º 18 Seguimiento apps móviles de salud, alimentación o fitness por parte de participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se demuestra que el 50% de la población no posee aplicaciones (*apps*) relacionadas con salud, alimentación o *Fitness*, mientras que el otro 50% de la población indica sí tenerlas, donde destacan, Betterme, Gymvirtual, Ushred y Fitness Pal.

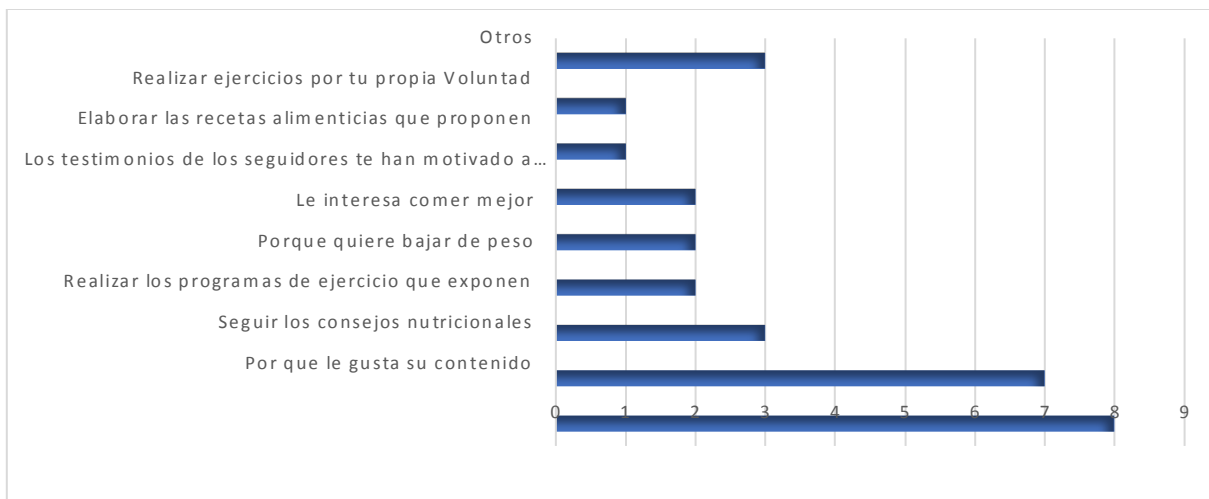


Figura N.º 19 Motivo por el que siguen cuentas o apps de salud, alimentación o Fitness, por parte de participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura 19, el 100% de la muestra (n=10) afirmó seguir redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles de páginas que hablen o expongan de temas de alimentación y *fitness* y las razones o fines por las cuales los participantes de la investigación indican seguir estas cuentas muestra que las categorías más sobresalientes son porque les gusta el contenido de la cuenta o red, seguido para alcanzar los consejos nutricionales y realizar los ejercicios que exponen y posteriormente el 20% de ellos indican que el fin es para aprender a comer mejor y bajar de peso.

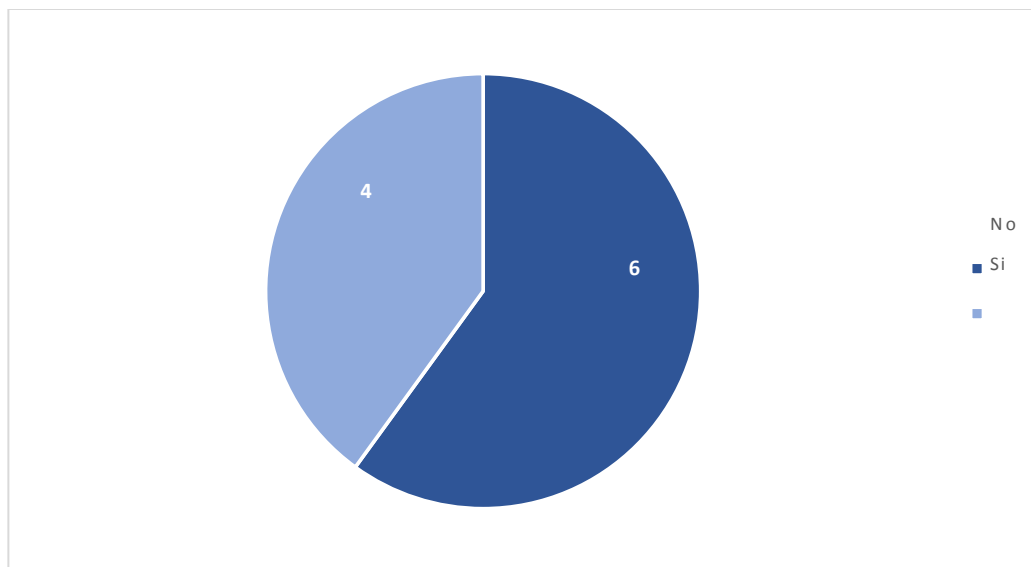


Figura N.º 20 Conocimiento de la persona que dirige la cuenta es profesional en el área de salud, alimentación o fitness por parte de participantes de la prueba de plan piloto de la investigación

Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 20 se evidencia que solamente el 40% de la población indica tener conocimiento de si la persona que dirige la cuenta, red o aplicación es profesional en el área respectiva, mientras que el 60% de los participantes desconoce esta información.

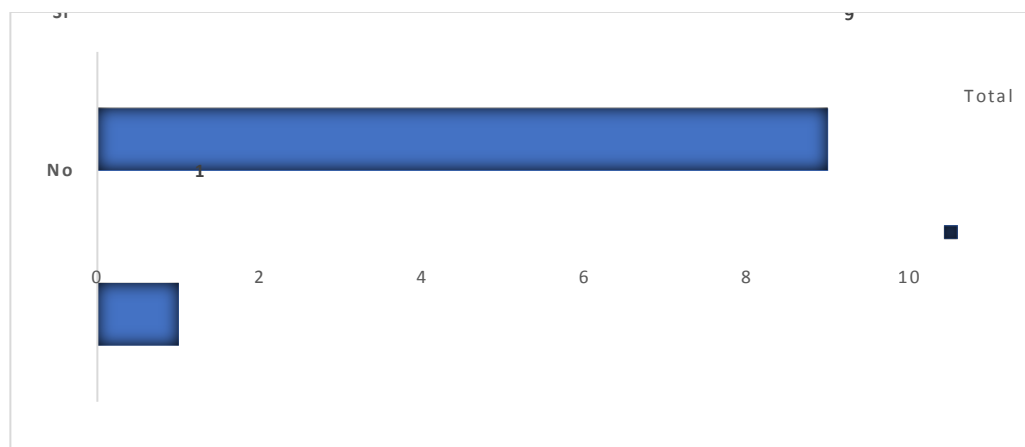


Figura N.º 21 Influencia de redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles en la alimentación o actividad física en los participantes del plan piloto

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se evidencia que 90% de la población indica seguir consejos o haber realizado algún cambio en su alimentación y actividad física, influenciado por las redes sociales, sitios web, páginas o aplicaciones móviles, mientras que solamente el 10% (n=1) indica no verse influenciado.

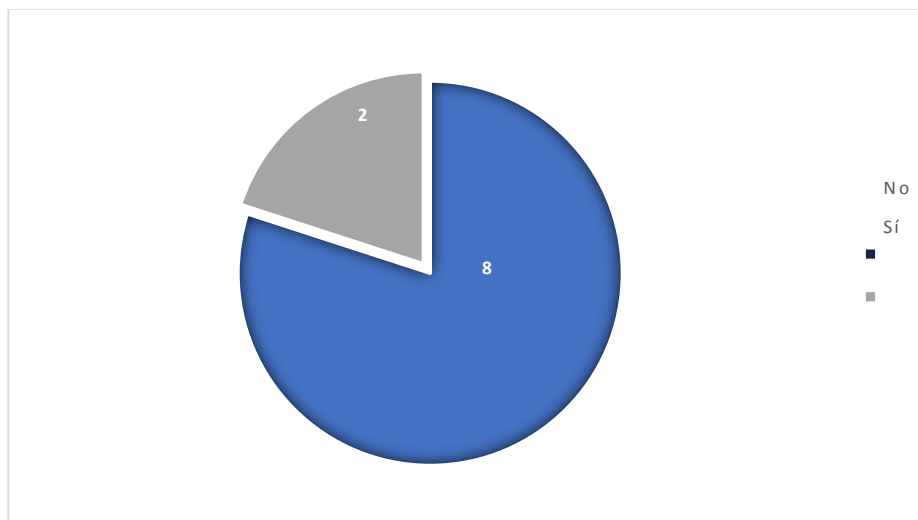


Figura N.º 22 Clasificación según consulta a un nutricionista o preparador físico antes de poner en práctica consejos planteados en la red en los en los participantes del plan piloto.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se destaca que el 80% de la población no consulta a un nutricionista o preparador físico para su supervisión, antes de poner en práctica alguno de los consejos planteados en la red, mientras que el 20% de las personas expresan sí hacerlo,

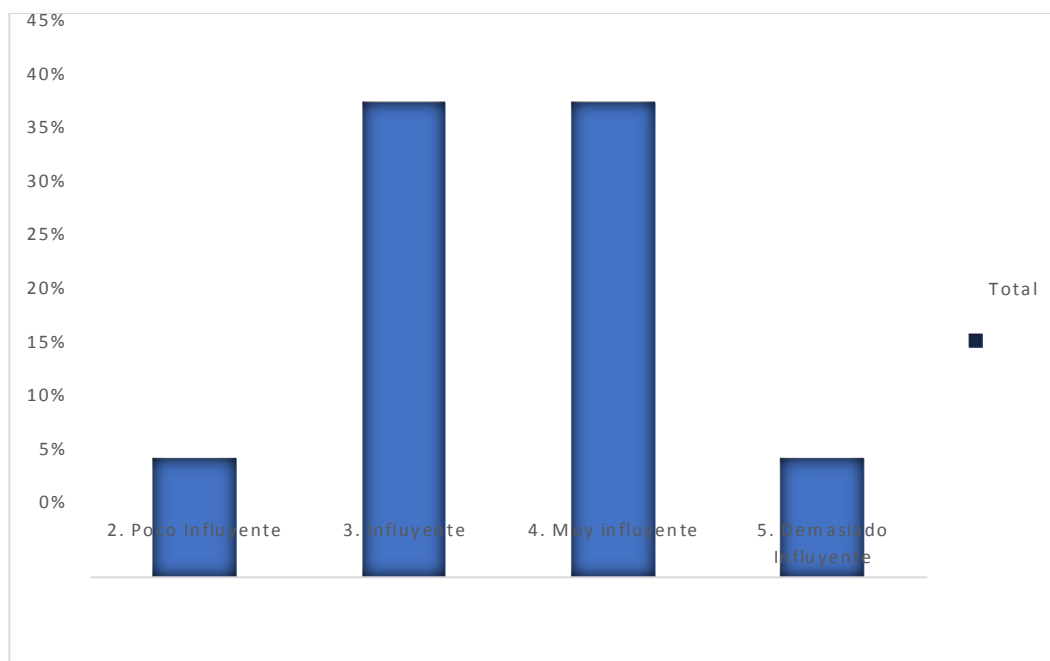


Figura N.º 23 Nivel de influencia de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los hábitos alimentarios de los en los participantes del plan piloto

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se demuestra que el 80% de la población indica que la ventana de la red social, las aplicaciones móviles y páginas resultan ser influyentes o muy influyentes en los hábitos alimentarios de la población, un 10% indica ser muy influyente y el otro 10% restante, poco influyente.

Tabla N.º 5

Líderes, aplicaciones o páginas web que han influido en sus decisiones o han generado cambios en su vida con respecto a los temas de alimentación, ejercicio y motivación en los participantes de plan piloto, 2018

<i>Influencers o Apps</i>	<i>Categoría</i>	
	<i>Fitness</i>	<i>Nutrición</i>
Canales YouTube	10%	-
Cataploom	10%	20%
Keaira Lashae	10%	-
Miguel Gatica	-	10%
Playground by kobers	10%	-
Richfittips	30%	-
Sascha Fitness	10%	30%
Ushred	-	10%
Xabiablab	10%	10%
Total general	90%	80%

Elaboración propia (2018).

En la tabla anterior demuestra que dentro de los *influencers* más destacados por las redes y aplicaciones se encuentra Sascha *Fitness*; el 40% de la población indicó verse influenciado en sus decisiones por medio de este líder, seguido de Rich *fitt tips* con un 30% de influencia y Cataploom con un 30%.

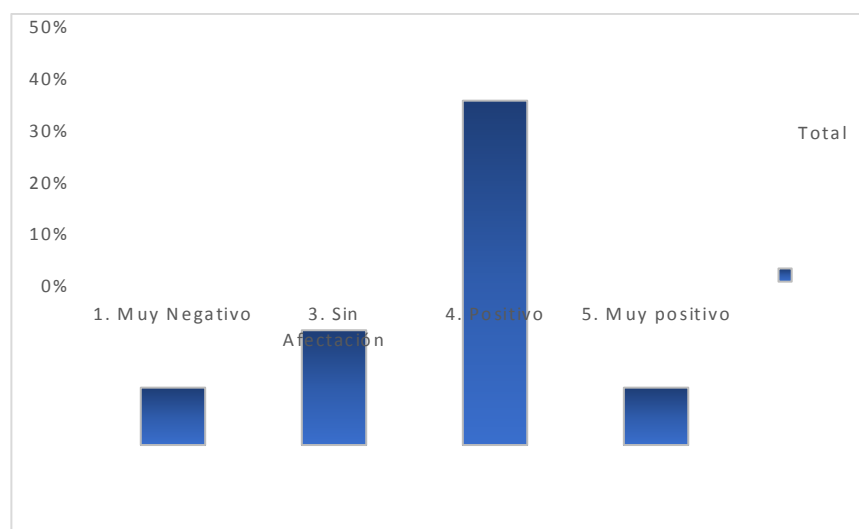


Figura N.º 24 Autocalificación de cambios realizados en los hábitos alimenticios y actividad física influenciados por de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en los participantes del plan piloto.

Elaboración propia (2018).

En la figura anterior se demuestra que el 60% de la población considera que los cambios que han realizado en sus hábitos alimentarios y actividad física a raíz de los consejos planteados en las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, son positivos, un 10% los consideran muy positivos, un 20% sin afectación y solo un 10%, muy negativo.

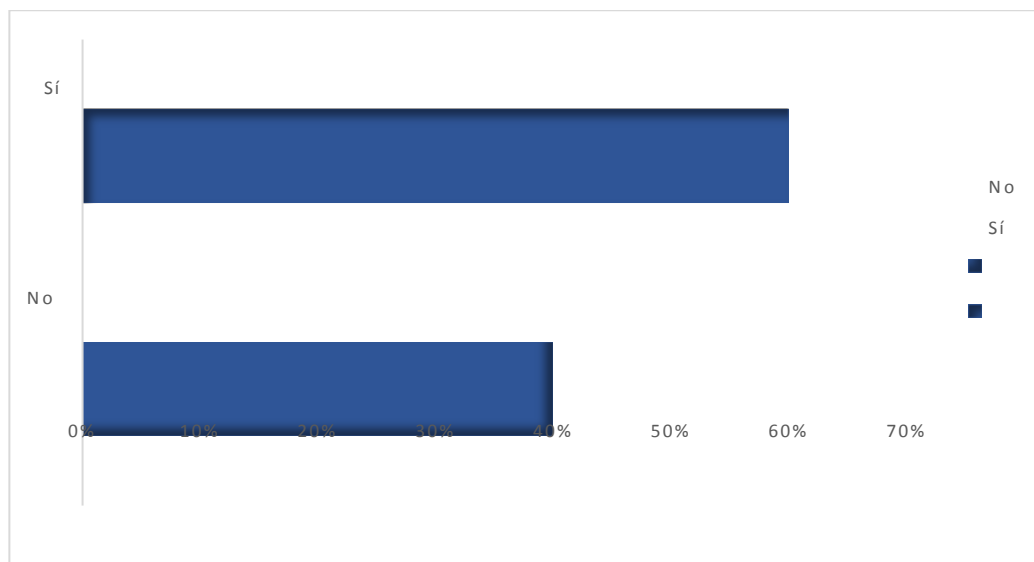


Figura N.º 25 Personas que pagarían por programa que sea promovido a través de las redes sociales, de los participantes del plan piloto.

Elaboración propia (2018).

La figura anterior demuestra que el 60% de la población indica estar dispuesta a pagar por un programa nutricional o deportivo que sea promovido por las redes sociales, mientras que un 40% indica no estarlo.

Tabla N.º 6

Clasificación de personas que han realizado alguna dieta, fuente y tipo de dieta en los participantes de plan piloto

CATEGORIA	TOTAL GENERAL Y TIPO DE DIETA				
	No	Sí			
	2	8			
Fuente de Dieta	Hipocalórica	Ketox	Reto no Sugar	Vegetariana	
Doctor	-	-	-	1	1
Entrenador de Gym	1	3		1	5
Nutricionista		1			1
Otros			1		1
Total General	1	4	1	2	8

Elaboración propia (2018).

En la Tabla N.º 6 se observa que 8 personas indican haber realizado dietas en las cuales se destacan la dieta Ketox, promovidas mayormente por entrenadores deportivos, vegetariana, influenciado por red conocida, doctores y entrenadores de gimnasio, reto No sugar promovido por personas no especializadas en el área de la salud.

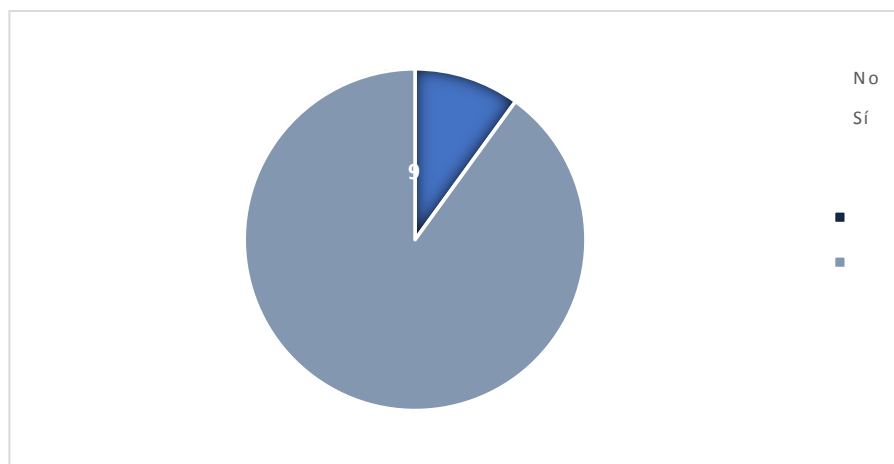
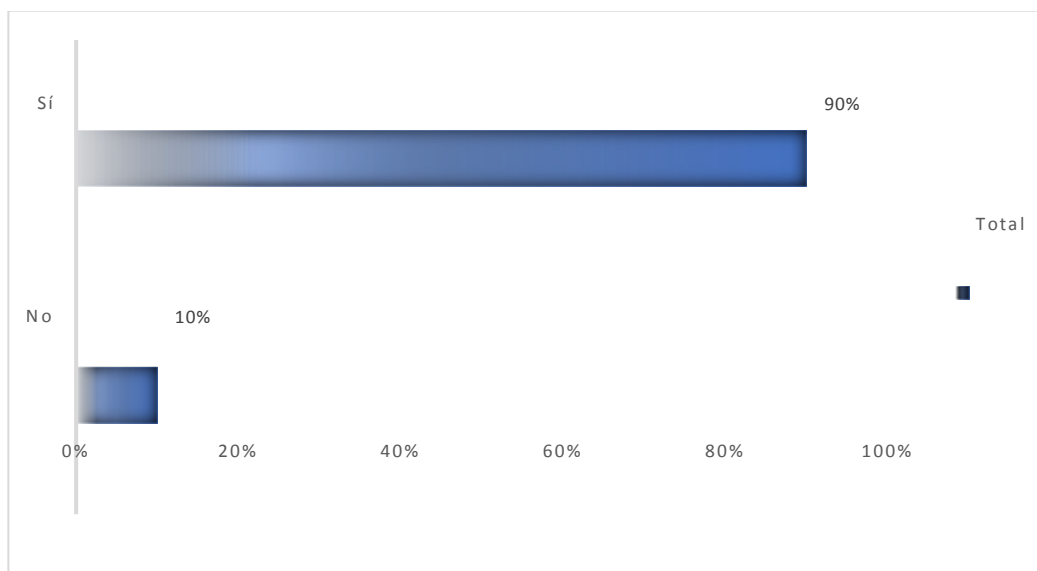


Figura N.º 26 Personas que han dejado de consumir algún alimento, por influencia de líderes en redes sociales y consejos de páginas web o aplicaciones móviles de los participantes del plan piloto
Elaboración propia (2018).

En la Figura N.º 26 se evidencia que el (n=9) de la población estudiada indica haber dejado de consumir algún alimento por influencia de las redes sociales, consejos de páginas web o aplicaciones, mientras que solamente (n=1) indica no haber realizado ningún cambio.



*Figura N.º 27 Personas que han motivadas a realizar actividad física por influencia de líderes en redes sociales y páginas web o aplicaciones móviles de los participantes del plan piloto
Elaboración propia (2018).*

En la Figura N.º 27 se observa que el 90% de la muestra indica haberse visto motivada a realizar a actividad física por influencia de las redes sociales sitios web y aplicaciones móviles, mientras que solamente el 10% de ellos indican no verse influenciados.



UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
 ESCUELA DE NUTRICIÓN
 COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Teléfono:(506) 2256-8197

Anexo N° 9. Instrumento

La siguiente encuesta tiene como propósito indagar acerca de la influencia que ejercen las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles sobre los hábitos alimenticios y actividad física, en los jóvenes y adultos de 18 a 50 años, San José, Costa Rica.

Seleccione su respuesta con una “X”

a. Perfil Sociodemográfico

1. **Sexo:** F () M ()

2. **Edad:** _____

3. **Nivel Educativo:**

Primaria () Secundaria () Técnico () Universitario ()

4. **Lugar de residencia:**

San José () Heredia () Cartago () Puntarenas () Alajuela () Limón () Guanacaste ()

5. **Su ingreso mensual ronda entre:**

a. ₡350.000 o menos

b. ₡350.000- ₡500.000

c. ₡500.000-₡1.000.000

d. ₡1.000.000 - o más

b. Uso de redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles

6. **¿Utiliza usted redes sociales?**

Sí () No ()

7. ¿Cuáles? (puede marcar más de una opción)Facebook Twitter Instagram Snapchat Youtube

Otras _____

8. ¿Con qué frecuencia usa las redes sociales, sitios web o aplicaciones móviles?

a) Nunca

b) 1 vez a la semana

c) 2 a 3 veces por semana

d) 4 a 5 veces por semana

e) Todos los días

9. ¿Sigue en esas redes alguna cuenta/perfil relacionado con la salud, alimentación o fitness?Sí No **10. ¿Tiene usted aplicaciones móviles (*apps*) relacionadas con salud, alimentación o fitness? Si su respuesta es sí, indicar cuáles.**Sí No **¿Cuáles?** _____**11. ¿Con qué fin sigue esas cuentas o aplicaciones? (puede marcar más de una opción)** Porque le gusta su contenido Por su popularidad Seguir los consejos nutricionales. Elaborar las recetas alimenticias que proponen. Realizar los programas de ejercicio que exponen. Realizar ejercicio por tu propia voluntad. Porque quiere bajar de peso. Le interesa comer mejor.

Porque presenta alguna patología.

Los testimonios de los seguidores te han motivado a realizar cambios en tus hábitos de alimentación y ejercicio.

Otros _____

12. ¿Con qué frecuencia busca información en las redes sociales sobre alimentación y actividad física?

a) Nunca

b) 1 vez a la semana

c) 2 a 3 veces por semana

d) 4 a 5 veces por semana

e) Todos los días

13. ¿Sabe si la persona que dirige la cuenta es profesional de la salud/alimentación o *fitness*?

Sí No

14. ¿Le resulta importante/ necesario que la persona que dirige la cuenta sea profesional?

Sí No

15. ¿Sigue usted los consejos de estas cuentas o ha realizado cambios en su alimentación y actividad física planteados por estas aplicaciones?

Sí No

16. ¿Antes de poner en práctica alguno de los consejos planteados en la red, aplicaciones móviles o sitios web consulta a un nutricionista o preparador físico para su supervisión?

Sí No

17. En una escala del 1 al 5, qué tan influyente ha resultado ser esta ventana de las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles en sus hábitos alimentarios y actividad física? Donde 1 significa nada influyente, 2 poco influyente, 3 influyente, 4 muy influyente, 5 demasiado influyente.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. ¿Cuáles son los líderes, aplicaciones o páginas web que han influido en sus decisiones o han generado cambios en su vida respecto a los temas de alimentación, ejercicio y motivación?

19. En una escala de del 1 al 5, ¿cómo calificaría los cambios que ha realizado en sus hábitos alimenticios y actividad física a raíz de las redes sociales, aplicaciones móviles y sitios web? Donde 1 es muy negativo, 2 negativo, 3 sin afectación, 4 positivo, 5 Muy positivo

①

②

③

④

⑤

20. ¿Está dispuesto a pagar algún programa que sea promovido a través de las redes sociales?

Sí () No ()

c. Hábitos alimentarios

21. ¿Cuántos tiempos de comida realiza al día normalmente?

1- 2 () 3 - 4 () 5 - 6 () Más de 6 ()

22. ¿Consume agua diariamente?

Sí () No ()

23. ¿Cuántos vasos de agua toma al día?

Menos de 3 vasos () 3-6 vasos () Más de 6 vasos ()

24. ¿Cuál es su preferencia alimentaria?

- a) Carnes (pollo, carne de res, cerdo, pescado, atún, sardina)
- b) Frutas y verduras
- c) Cereales y tubérculos
- d) *Snacks*, jugos procesados o comida rápida

25. ¿Marque con X los alimentos que consume con mayor frecuencia?

() Frituras () Frutas () Gaseosas () Yogurt () Sándwiches
 () Galletas () Repostería

26. Una vez los alimentos preparados, ¿les agrega sal adicional?

Sí () No ()

27. ¿Ha realizado algún tipo de dieta? Si su respuesta es sí, indicar cuál y quién ha sido la fuente

Sí () No ()

¿Cuál? _____

Fuente _____

28. ¿Consume bebidas alcohólicas?

Sí () No ()

29. Consume azúcar?

Sí () No ()

30. ¿Qué tipo de grasa utiliza para cocinar?

a. Aceite de girasol

b. Aceite de oliva

c. Mantequilla o margarina

d. Aceite de coco

e. Otro _____

31. Los alimentos que consume son preparados en la casa o son comprados de supermercado, restaurante o soda?

32. ¿Cómo evaluaría sus hábitos alimentarios?

() Excelentes

() Buenos

() Regulares

() Malos

33. ¿Ha dejado de consumir algún alimento por influencia de líderes en redes sociales y consejos de páginas web o aplicaciones móviles?

Sí () No ()

34. ¿Aplica la información sobre alimentación, dietas y recetas que obtiene de la red social o sitio web en su diario vivir?

Sí () No ()

Cuadro de frecuencia de Consumo

Marque con una X la opción de acuerdo con su frecuencia de consumo

Pregunta	No consumo	1 vez a la semana	2 a 3 veces por semana	4 a 5 veces por semana	Todos los días
1. ¿Con que regularidad consume frutas y vegetales?					
2. ¿Con qué frecuencia consume leche, yogurt o queso?					
3. ¿Con qué frecuencia consume carnes (pollo, res, pescado, atún)?					
4. ¿Cada cuánto consume embutidos (jamón, salchichas, chorizo, salami, etc.)?					
5. ¿Con qué frecuencia consume gaseosas y jugos procesados?					
6. ¿Con qué frecuencia consume golosinas, bolsas de snacks, o bollería industrial?					
7. Normalmente, ¿cuántos días a la semana acostumbra comer fuera de casa?					
8. ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?					

d. Actividad física o deporte

35. ¿Actualmente realiza alguna actividad física o deporte de manera frecuente?

Sí () No ()

36. ¿Qué actividad o deporte realiza?

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| a) Fútbol | g) Caminar |
| b) Ciclismo | h) Baile |
| c) Natación | i) <i>Crossfit</i> |
| d) Paseo en bicicleta | j) Otro _____ |

- e) Gimnasio
- f) Aerobics

37. ¿Con qué frecuencia realiza dicha actividad?

- a) De 1 a 2 días por semana
- b) De 3 a 4 días por semana
- c) Más de 5 días a la semana

38. ¿Cuánto tiempo le dedica al día?

- a) Menos de una hora
- b) Una hora
- c) Más de una hora

39. ¿Dónde realiza esta actividad?

- a) En casa
- b) Al aire libre
- c) En un gimnasio
- d) En un centro deportivo público

Otro: _____

40. ¿Cuál es el principal motivo por el cual hace ejercicio?

- a) Estar con amigos
- b) Para verse bien
- c) Tener buena salud
- d) Para relajarse
- e) Por moda

Otro: _____

41. ¿Se ha visto usted motivado/influenciado por las redes sociales, sitios web y aplicaciones para realizar actividad física?

Sí () No ()

42. ¿Consume algún tipo de suplemento nutricional? Si su respuesta es Sí, indicar cuál

Sí () No ()

¿Cuál? _____